

Nazwa Wydziału	Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Nazwa jednostki prowadzącej moduł	Instytut Przedsiębiorczości
Nazwa modułu kształcenia	Technologie mobilne
Kod modułu	
Język kształcenia	Polski
Efekty kształcenia dla modułu kształcenia	<p><u>Cel</u> Celem zajęć jest zapoznanie studentów z nowoczesnymi technologiami mobilnymi i ich możliwościami aplikacyjnymi wykorzystywanymi w zarządzaniu. Celem jest także wyposażenie studentów w umiejętności posługiwania się nowoczesnymi narzędziami i instrumentami marketingowymi organizacji z zakresu technologii mobilnej.</p> <p><u>Wiedza</u> Student potrafi szczegółowo scharakteryzować wybrane metody oraz techniki zakresu technologii mobilnej, w tym zwłaszcza jest w stanie opisać specyficzne cechy systemów mobilnych, jak również scharakteryzować urządzenia mobilne, a także zna podstawowe techniki lokalizacji użytkowników mobilnych (historyczne i najnowsze osiągnięcia techniki).</p> <p><u>Umiejętności</u> Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do rozwiązania przypadków, które wymagają znacznej samodzielności w podejmowaniu decyzji.</p> <p><u>Kompetencje społeczne</u> Student zna narzędzia i instrumenty technologii mobilnej oraz potrafi się nimi posługiwać w pracy indywidualnej i zespołowej.</p>
Typ modułu kształcenia (obowiązkowy/fakultatywny)	Fakultatywny
Rok studiów	2 rok studia stacjonarne
Semestr	3
Imię i nazwisko osoby/osób prowadzących moduł	mgr Sebastian Grabowski mgr Joanna Cebulak
Imię i nazwisko osoby/osób egzaminującej/egzaminujących bądź udzielającej zaliczenia, w przypadku gdy nie jest to osoba prowadząca dany moduł	
Sposób realizacji	Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i studentów.
Wymagania wstępne i dodatkowe	Znajomość podstaw informatyki
Rodzaj i liczba godzin zajęć dydaktycznych wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i studentów, gdy w danym module przewidziane są takie zajęcia	konwersatorium: 30 godzin

Liczba punktów ECTS przypisana modułowi	3
Bilans punktów ECTS	Uczestnictwo w ćwiczeniach: 30 godzin Udział w kolokwium zaliczeniowym (włącznie z konsultacjami po kolokwium): 2 godziny Przygotowanie do zaliczania: 20 godzin Czytanie literatury dodatkowej i przyswojenie nowej wiedzy: 30 godzin Łączny nakład pracy studenta wynosi 82 godzin, co odpowiada 3 punktom ECTS.
Stosowane metody dydaktyczne	Wykład tradycyjny, ćwiczenia laboratoryjne, analiza przypadków, symulacje, techniki kwestionariuszowe
Metody sprawdzania i kryteria oceny efektów kształcenia uzyskanych przez studentów	Kontrola etapu osiągania przez studenta założonych efektów kształcenia będzie realizowane przy zastosowaniu dwóch metod sprawdzających: oceny kształtującej oraz podsumowującej. 1. Ocena kształtująca, poprzez narzędzia w postaci: <ol style="list-style-type: none"> a. Dyskusji w trakcie ćwiczeń laboratoryjnych, w tym także realizowanych w ramach zajęć studiów przypadków b. Konsultacji projektu grupowego w trakcie jego realizacji 2. Ocena podsumowująca, poprzez narzędzia w postaci: <ol style="list-style-type: none"> a. Końcowej oceny projektu grupowego według kryteriów: <ul style="list-style-type: none"> • formalnych: (terminowość wykonania, kompletność, poprawność językowa, poprawność wykorzystania źródeł, estetyka, jakość prezentacji) • merytorycznych (czytelność i kompleksowość analizy kontekstu projektowanego rozwiązania, innowacyjność proponowanego rozwiązania, rzetelność i kompleksowość analizy uwarunkowań wdrożeniowych, wartość wniosków i rekomendacji wdrożeniowych, przygotowanie merytoryczne zespołu podczas prezentacji) b. Zaliczenie końcowe w formie testu obejmujące materiał z zajęć oraz przestudiowaną literaturę.
Forma i warunki zaliczenia modułu, w tym zasady dopuszczenia do egzaminu, zaliczenia, a także forma i warunki zaliczenia poszczególnych zajęć wchodzących w zakres danego modułu	Kolokwium, przygotowane w formie testowej, jak również rozwiązywanie zadań praktycznych; obejmuje materiał z wykładów i lektury obowiązkowej. Kolokwium pisemne – pytania problemowe. Czas: 45 minut. Test uważa się za zaliczony w przypadku odpowiedzi na postawione pytania w co najmniej 60%, co jest równoznaczne z uzyskaniem oceny dostatecznej lub wyższej. Uzyskanie zaliczenia przedmiotu na podstawie zdobytych punktów z wejściówek i sprawozdań - razem 30 pkt. Skala ocen: bdb: 27-30 pkt.,

	<p>db+: 24-26.5 pkt., db: 21-23.5 pkt., dst+: 18-20.5 pkt., dst: 15-17.5 pkt., ndst: 0-14.5 pkt.</p> <p>Dopuszczalne jest nieusprawiedliwione opuszczenie 2 zajęć, Możliwe jest odpracowanie usprawiedliwionej nieobecności na zajęciach.</p>
<p>Treści modułu kształcenia</p>	<p>Technologia mobilna – historia i rozwój, podstawowe pojęcia.</p> <p>System marketingu mobilnego według tradycyjnej koncepcji 4P.</p> <p>Istota marketingu mobilnego – marketing 2.0+.</p> <p>Wpływ technologii mobilnej na działania marketingowe.</p> <p>Znaczenie technologii mobilnej na pozycję konkurencyjną.</p> <p>Systemy satelitarne i nawigacyjne.</p> <p>Rynek IT – znaczenia i rozwój.</p> <p>Internet mobilny oraz telefonia komórkowa – stan obecny i perspektywy rozwoju.</p> <p>Systemy baz danych w technologiach mobilnych (zastosowanie relacyjnych baz danych w technologiach mobilnych, administrowanie mobilną bazą danych, obsługa bazy danych z poziomu aplikacji mobilnej).</p> <p>Aplikacje mobilne (analiza przykładowych funkcjonujących aplikacji mobilnych).</p> <p>Media i platformy społecznościowe (analiza zachowania klientów, jako uczestników mediów społecznościowych).</p> <p>Geolokalizacja – zastosowanie (wykorzystanie GPS w urządzeniach mobilnych, planowanie trasy z poziomu komputera i urządzenia mobilnego, synchronizacja wyznaczonej trasy z urządzeniem mobilnym, geotagowanie zdjęć).</p> <p>Zastosowanie technologii mobilnej oraz narzędzi i instrumentów marketingu mobilnego w zarządzaniu.</p> <p>Tworzenie wartości za pomocą technologii mobilnej oraz narzędzi i instrumentów marketingu mobilnego.</p> <p>Informatyczne systemy zarządzania.</p> <p>Obsługa strony internetowej (eCommerce, eFakturowanie, Google AdWords, Telefonia internetowa VoIP, telekonferencje).</p>

	<p>Komputerowe Systemy Rezerwacji – CRS oraz Globalne Systemy Dystrybucji w praktyce.</p> <p>Case study (analiza przypadku działania przedsiębiorstwa w zakresie technologii mobilnej oraz marketingu mobilnego w celu wzmocnienia pozycji konkurencyjnej).</p> <p>Zagadnienia bezpieczeństwa informacji z punktu widzenia przedsiębiorcy i klienta (Ochrona: dostępności, dokładności i poufności, podpis elektroniczny, przechowywanie danych, tajemnica korespondencji, płatności elektroniczne).</p> <p>Potencjalne możliwości rozwoju technologii mobilnych – szanse i zagrożenia.</p>
<p>Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej, obowiązującej do zaliczenia danego modułu</p>	<p>Literatura podstawowa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sznajder A., <i>Technologie mobilne w marketingu</i>, Wolters Kluwer, Warszawa 2014 r. <p>Literatura uzupełniająca:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Januszewski J. , <i>System GPS i inne systemy satelitarne w nawigacji morskiej</i>. WSM 2004 2. Hołubowicz W. , Płóciennik P., <i>GSM cyfrowy system telefonii komórkowej</i>. EFP 1995 3. Hołubowicz W. , Płóciennik P., <i>Systemy łączności bezprzewodowej</i>. PDN 1997 4. Sankar K. , Sundaralingam S., Balinsky A., Miller D., <i>CISCO. Bezpieczeństwo sieci bezprzewodowych</i>, Mikom 2005 r.
<p>Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk, w przypadku, gdy program kształcenia przewiduje praktyki</p>	<p>-</p>