

Specjalność: **Systemy informacyjne w administracji i biznesie (SIAB)**

Kierunek: **Zarządzanie**

Stopień: **II stopień (studia stacjonarne i niestacjonarne)**

Sylwetka absolwenta:

Absolwent specjalności posiada umiejętności posługiwania się podstawowymi narzędziami informatycznymi, stosowanymi w działalności małych i średnich przedsiębiorstw oraz projektowania, wdrażania i wykorzystania rozwiązań informacyjnych usprawniających działalność organizacji.

Absolwent jest przygotowany do pełnienia funkcji menedżerskich różnych szczebli w komórkach organizacyjnych przedsiębiorstw i instytucji oraz do prowadzenia indywidualnej działalności gospodarczej w zakresie wykorzystania systemów i technologii informacyjnych w procesach zarządzania.

Lp.	Przedmiot	Studia stacjonarne			Studia niestacjonarne			Osoba prowadząca
		Wymiar godzin			Wymiar godzin			
		Razem	Rodzaj zajęć		Razem	Rodzaj zajęć		
			WY	CA		WY	CA	
1	Zarządzanie informacją w organizacji	15	15		9	9		dr hab. Z. Pastuszak
2	E-learning	15		15	9		9	mgr Ł. Wiechetek
3	Zaawansowane funkcje Excela	30		30	18		18	mgr M. Szafranek
4	Sieci komputerowe	15		15	9		9	mgr Ł. Wiechetek
5	Zakładanie i prowadzenie e-biznesu	30		30	18		18	dr M. Łoboda
6	Bazy danych	30		30	18		18	dr P. Zalewa
7	Systemy informatyczne dla MSP	15	15		9	9		mgr Ł. Wiechetek
8	E-marketing	15	15		9	9		dr R. Mącik
9	Prawne zagadnienia informatyki (ODO)	15	15		9	9		mgr T. Kwiatkowski
Razem		180	60	120	108	36	72	

Zarządzanie informacją w organizacji

Rola informacji w organizacji. Metody i techniki pozyskiwania i przetwarzania informacji. Narzędzia informatyczne wspomagające międzyorganizacyjny przepływ informacji. Recepcja rozwiązań biznesu elektronicznego w organizacji. Międzynarodowy charakter przepływów informacyjnych

E-learning

Techniki komunikacji i style uczenia się. Wprowadzenie do e-learningu. Wykorzystanie e-learningu w przedsiębiorstwie. Narzędzia e-learningowe – tworzenie materiałów; prezentacja materiałów, dostęp do materiałów. Tworzenie kursów z wykorzystaniem platformy MOODLE

Zaawansowane funkcje Excela

Tworzenie własnych formuł, ukrywanie wartości poufnych. Konsolidacja danych i powiązania między arkuszami. Ochrona danych. Formuły zagnieżdżone oraz funkcje tablicowe. Funkcje finansowe (NPV, IRR, PV, FV, itp.) i statystyczne. Tworzenie formularzy użytkownika (listy wyboru, pola combi, grupy opcji). Importowanie danych. Tworzenie makropoleceń. Modyfikacja i tworzenie funkcji przy użyciu VBA. Komunikacja z użytkownikiem (okna dialogowe, komentarze, komunikaty)

Sieci komputerowe

Podstawy sieci komputerowych. Urządzenia sieciowe i ich funkcje. Wykorzystanie sieci komputerowych w przedsiębiorstwie. Sieć Ethernet. Charakterystyka protokołów TCP/IP. Bezpieczeństwo sieci komputerowych. Konfiguracja urządzeń sieciowych. Sieci bezprzewodowe standardu 802.11

Zakładanie i prowadzenie e-biznesu

Rozwój środowiska sieciowego w gospodarce. Formy e-biznesu. Funkcjonowanie e-biznesu. Modele biznesu internetowego i ich zastosowanie w praktyce. Opracowanie koncepcji biznesu. Analiza marketingowa przedsięwzięcia. Wybór formy prawnej. Tworzenie biznes-planu. Pozyskiwanie środków na rozpoczęcie działalności. Procedura zakładania nowej firmy. Zarządzanie e-start-upem

Bazy danych

Przeglądanie, wprowadzanie i formatowanie danych. Typy danych i ich filtrowanie danych. Praca z formularzami. Podstawy tworzenia bazy danych. Importowanie danych ze źródeł zewnętrznych. Tworzenie relacji. Analiza danych, rodzaje kwerend. Budowanie wyrażeń. Tworzenie formularzy i podformularzy. Tworzenie raportów. Podstawy tworzenia makropoleceń. Współpraca bazy danych z innymi programami

Systemy informatyczne dla MSP

Potrzeby informacyjne przedsiębiorstw sektora MSP. Pojęcie systemu informacyjnego i systemu informatycznego. Charakterystyka i klasyfikacja systemów informatycznych dla MSP. Zintegrowane systemy informatyczne. Rynek oprogramowania dla małych i średnich przedsiębiorstw. Wdrażanie systemów informatycznych w sektorze MSP. Zastosowanie Internetu w małych i średnich przedsiębiorstwach. Bezpieczeństwo systemów informatycznych

E-marketing

Internet i komunikacja internetowa. Wpływ Internetu na zachowania konsumenta. Strategie e-marketingu na tle tradycyjnych działań marketingowych. Badania marketingowe przez Internet, *crowdsourcing*. Projektowanie witryn internetowych – aspekty marketingowe. Analityka witryn internetowych, optymalizacja konwersji użytkowników. *E-mail marketing*. *Affiliate marketing*. Reklama internetowa, rodzaje i modele jej płatności. Zasady projektowania reklam internetowych (graficznych, video, tekstowych). Marketing w wyszukiwarkach internetowych. Marketing w *social media*. Internetowe PR i zarządzanie wizerunkiem w Internecie. Marketingowe aspekty rozwoju urządzeń i aplikacji mobilnych

Prawne zagadnienia informatyki (ODO)

Znaki towarowe w Internecie. Program komputerowy – regulacje prawne. Teoria i praktyka funkcjonowania podpisu elektronicznego. Ochrona danych osobowych w sieciach komputerowych. Tajemnica korespondencji elektronicznej. Konstruowanie umów dotyczących usług na rynku elektronicznym. Zamówienia publiczne – aukcje elektroniczne, przetargi na oprogramowanie, sprzęt komputerowy, zamówienia publiczne w Internecie