

Zajęcia specjalizacyjne według wybranego zakresu specjalizacyjnego

Zarządzanie projektami

1. Jakość i metryki w projektach IT
2. Metodyki i narzędzia zarządzania projektami
3. Zaawansowane zarządzanie projektem

Analiza biznesowa

1. Business Intelligence na platformie SAS
2. Wdrażanie systemów wspomagających zarządzanie przedsiębiorstwem
3. Wykorzystanie arkuszy MS Excel w analizach biznesowych

E-commerce

1. Systemy CRM
2. Zaawansowane technologie internetowe w handlu internetowym
3. Marketing w Internecie

Wdrożenia systemów IT

1. Systemy CRM
2. Wdrażanie systemów wspomagających zarządzanie przedsiębiorstwem
3. Zaawansowane zarządzanie projektem

Jakość i metryki w projektach IT

Celem zajęć jest zapoznanie słuchaczy z problematyką jakości oraz pomiarów w projektach informatycznych. Po kursie student powinien umieć skonstruować metryki dla procesów i produktów projektów informatycznych oraz zastosować w praktyce standardy w tym zakresie zgodne z normami z grupy IEEE.

Metodyki i narzędzia zarządzania projektami

Zapoznanie studentów z wybranymi metodykami zarządzania projektami oraz wybranymi narzędziami informatycznymi wspierającymi różne aspekty zarządzania projektami: PRINCE2, Scrum, metodyka zarządzania ryzykiem MoR; Kanban.

Zagadnienia: Project Management Office; Zarządzanie zespołem rozproszonym, SLA, Podwykonawcy, Outsourcing.

Zaawansowane zarządzanie projektem

Prezentacja zaawansowanych zagadnień związanych z zarządzaniem projektami oraz miejscem projektu w działalności firmy. Celem jest zrozumienie różnych sposobów organizacji pracy i uwarunkowań związanych z wyborem tych sposobów.

Przykładowa tematyka zajęć: Organizacja zespołów projektowych; zarządzanie metodą łańcucha krytycznego; Przywództwo, planowanie komunikacji w zespole projektowym; zarządzanie wiedzą w projekcie; odbiór, wdrażanie i obsługa powdrożeniowa rezultatów projektu na przykładzie oprogramowania; zarządzanie portfolio projektu.

Business Intelligence na platformie SAS

Rozwinięcie wiedzy i umiejętności dotyczących teorii i praktyki pracy z narzędziami Business Intelligence na przykładzie platformy SAS Viya. Studenci zdobywają wiedzę dotyczącą zaawansowanej analityki (analiza predykcyjna, sieci, tekstowa, ścieżek) oraz technik manipulacji danymi w procesie programowania. Ćwiczenia programistyczne w aplikacji SAS Studio oraz SAS Analytics.

Wdrażanie systemów wspomagających zarządzanie przedsiębiorstwem

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z procesem wdrażania systemów informatycznych wspierających zarządzanie w przedsiębiorstwach. Przedstawiona jest metodologia oraz etapy wdrażania systemów informatycznych, w tym: analiza potrzeb organizacji, proponowanie rozwiązań usprawniających, definiowanie wymagań oraz projektowanie rozwiązań IT optymalizujących realizację procesów biznesowych. Ponadto, przedmiot obejmuje zagadnienia związane z konfiguracją systemu oraz oceną efektywności wdrożenia.

Wykorzystanie arkuszy MS Excel w analizach biznesowych

Celem przedmiotu jest wprowadzenie, omówienie i zdobycie praktycznych umiejętności z zakresu wykorzystywania arkusza kalkulacyjnego MS Excel i POWER BI w analizie biznesowej. W ramach przedmiotu przedstawione zostaną zagadnienia dotyczące wykorzystania oprogramowania MS Excel, POWER BI do:

- wykonywania zaawansowanych wyliczeń, analiz, zestawień oraz prezentacji danych
- wykorzystania dodatku Solver do optymalizowania
- przygotowywanie kokpitów menadżerskich prezentujących dane
- wykorzystywanie funkcji DAX

Systemy CRM

Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy teoretycznej i praktycznej dotyczącej wykorzystania systemów informatycznych klasy CRM w zarządzaniu relacjami z klientem, zrozumienie roli systemu CRM w strategii biznesowej organizacji gospodarczych, jak również praktyczne wykorzystanie tej wiedzy przy tworzeniu własnego systemu CRM. Ponadto przekazanie wiedzy na temat modelowania procesów biznesowych, zapoznanie z metodami i narzędziami wykorzystywanymi w modelowaniu procesów biznesowych. Analiza i modelowanie procesów biznesowych.

Marketing w internecie

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z najważniejszymi narzędziami, strategiami i trendami wykorzystywanymi we współczesnym marketingu internetowym. Zajęcia obejmują praktyczne zagadnienia z zakresu SEO, SEM, Google Ads, content marketingu, analityki internetowej (w tym Google Analytics), mediów społecznościowych, AEO (Answer Engine Optimization) oraz zastosowania AI w tworzeniu treści i analizie danych. Uczestnicy uczą się planować, realizować i optymalizować działania marketingowe z uwzględnieniem technicznych, organizacyjnych i społecznych aspektów e-marketingu.

Głównym celem przedmiotu jest opracowanie projektu końcowego – planu marketingowego dla wybranej firmy lub marki. Projekt powinien integrować wybrane elementy omawiane na zajęciach, takie jak strategie SEO/SEM, działania reklamowe w Google, tworzenie treści, analityka, komunikacja kryzysowa czy obecność w mediach społecznościowych.

Zajęcia mają charakter praktyczny i warsztatowy, a studenci pracują indywidualnie lub w grupach nad własnymi koncepcjami marketingowymi, opartymi na realnych narzędziach i danych.

Zaawansowane technologie internetowe w handlu internetowym

Przedmiot ma za zadanie zapoznać studentów z zaawansowanymi zagadnieniami związanymi z budową aplikacji internetowych, w szczególności w działalności komercyjnej – z bezpieczeństwem, projektowaniem i implementacją interfejsów dla aplikacji internetowych oraz zagadnieniami związanymi z e-commerce. Inne przykładowe zagadnienia to: środowiska developerskie, testowe i produkcyjne; obsługa płatności w internecie; wdrażanie aplikacji e-commerce.

Dla wybranego zakresu specjalizacyjnego Student realizuje również zajęcia z Seminarium 1 oraz Seminarium 2-projekt dyplomowy.