



Kierunek studiów	Zarządzanie
Profil	Praktyczny
Stopień studiów	1-go stopnia
Forma studiów	stacjonarne

Sylabus przedmiotu E-commerce

1. Dane podstawowe

Status programowy przedmiotu	Blok A: Ekonomia i marketing
Rodzaj przedmiotu	Obligatoryjny
Kod przedmiotu	LZS-ECM-DA
Rok studiów	3
Semestr	5
Osoba odpowiedzialna za przedmiot	mgr Małgorzata Stefańska
Język wykładowy	polski

2. Wymiar godzin i forma zajęć

Rodzaj	Liczba godzin
Wykład	15
Laboratorium	30
Konwersatorium	15
Razem godzin	60

3. Cele przedmiotu

Kod	Cel
CP1	Zdobycie wiedzy dotyczącej prowadzenia działań e-commerce.
CP2	Zdobycie umiejętności korzystania z narzędzi służących do zarządzania i optymalizacji działań e-commerce.
CP3	Zdobycie kompetencji społecznych przygotowujących do uczestnictwa w projektach marketingowych.

4. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji

brak

5. Efekty uczenia się

Wiedza

Kod	Student zna i rozumie:	Realizuje cel	Efekty kierunkowe
EU-W1	Student ma podstawową wiedzę na temat rodzajów e-commerce.	CP1	K1P_W24
EU-W2	Student charakteryzuje etapy procesu zakupowego w e-commerce.	CP1	K1P_W24
EU-W3	Student ma wiedzę na temat procesu pozycjonowania sklepów internetowych.	CP1	K1P_W24, K1P_W25
EU-W4	Student ma wiedzę na temat oceny efektywności prowadzonych działań e-commerce.	CP1	K1P_W25
EU-W5	Student zna wymagania prawne prowadzenia działalności e-commerce.	CP1	K1P_W24

Umiejętności

Kod	Student potrafi:	Realizuje cel	Efekty kierunkowe
EU-U1	Student posiada umiejętność oceny prowadzonych działań e-commerce.	CP2	K1P_U23
EU-U2	Student potrafi dobrać platformę e-commerce w zależności od potrzeb przedsiębiorstwa.	CP2	K1P_U23

Kod	Student potrafi:	Realizuje cel	Efekty kierunkowe
EU-U3	Student potrafi zaplanować działania sprzedażowe w zależności od etapu na którym znajduje się użytkownik sklepu internetowego	CP2	K1P_U22
EU-U4	Student posiada umiejętność doboru odpowiednich narzędzi wspierających działania sklepu internetowego.	CP2	K1P_U23
EU-U5	Student potrafi wskazać obszary do modyfikacji działań.	CP2	K1P_U22
EU-U6	Student posiada umiejętność pisania opisów produktów i usług zwiększających prawdopodobieństwo konwersji w sklepie internetowym.	CP2	K1P_U22

Kompetencje

Kod	Student jest gotów do:	Realizuje cel	Efekty kierunkowe
EU-K1	Student rozumie potrzebę analizowania działań reklamowych i zdobywania nowych kompetencji stosownie do zmieniających się potrzeb użytkowników.	CP3	K1P_K08
EU-K2	Student potrafi samodzielnie uzupełniać posiadaną wiedzę w zakresie e-commerce.	CP1	K1P_K01

6. Treści programowe

Kod	Tematyka	wykład	laboratorium	konwersatorium	Realizuje efekt
TP1	Wprowadzenie do przedmiotu, przedstawienie warunków zaliczenia, wprowadzenie do e-commerce, podstawowe pojęcia. Rodzaje e-commerce, rynek e-commerce w Polsce.	1	2	1	EU-W1
TP2	Proces zakupowy w e-commerce. Lejki sprzedażowe.	1	2	1	EU-U3, EU-W2
TP3	Podstawy seo dla e-commerce. Najczęstsze błędy w pozycjonowaniu sklepów internetowych. Proces wyszukiwania słów kluczowych.	1	2	1	EU-W3
TP4	Platformy e-commerce- wady i zalety dostępnych rozwiązań. Prezentacja panelu zarządzania sklepem internetowym. Dropshipping i logistyka sklepów internetowych.	1	2	1	EU-U2, EU-U4
TP5	Aspekty prawne e-commerce: regulamin sklepów internetowych, polityka prywatności, RODO.	1	2	1	EU-W5
TP6	Praktyczne rozwiązania dla sklepów internetowych- podstawy User Experience.	1	2	1	EU-U1, EU-U5
TP7	Rola mobile w e-commerce- narzędzia, kierunki rozwoju. Kampanie reklamowe w kanale mobilnym. Responsive Web Design.	1	2	1	EU-U3, EU-U5
TP8	Narzędzia wspierające e-commerce.	1	2	1	EU-U4
TP9	E-mail marketing w e-commerce- rodzaje komunikacji. Budowanie listy mailingowej. Dostępne platformy do wysyłki wiadomości e-mail.	1	2	1	EU-U4
TP10	Strategie promocji sprzedaży w E-commerce: programy lojalnościowe, personalizacja ofert, upselling i cross-selling.	1	2	1	EU-U3, EU-U4, EU-U5
TP11	Analityka internetowa e-commerce. Panel e-commerce Google Analytics. Przedstawienie projektu.	1	2	1	EU-K1, EU-U1, EU-U5, EU-W4
TP12	E-commerce copywriting.	1	2	1	EU-U6
TP13	Automatyzacja procesów e-commerce. Kolokwium zaliczeniowe.	1	2	1	EU-K2, EU-U4
TP14	Liderzy E-commerce w Polsce i na Świecie Omówienie kolokwium i projektów.	1	2	1	EU-K2, EU-U1
TP15	Obsługa klienta e-commerce, trójkąt satysfakcji klienta. Podsumowanie zajęć.	1	2	1	EU-K1, EU-U3

Razem godzin: 60

7. Metody kształcenia

Kod	Metoda
MK1	Wykłady z wykorzystaniem prezentacji komputerowej
MK2	Ćwiczenia laboratoryjne z wykorzystaniem aplikacji TEAMS
MK3	Wykonywanie zadań w grupach przez studentów w trakcie zajęć laboratoryjnych
MK4	Prezentacja narzędzi i programów marketingu internetowego
MK5	Raporty branżowe, materiały dydaktyczne zamieszczane w systemie TEAMS
MK6	Case studies
MK7	Realizacja projektu zaliczeniowego w grupach

8. Nakład pracy studenta

Aktywność studenta	Obciążenie
Przygotowanie do egzaminu	20
Przygotowanie do kolokwium	12
Przygotowanie projektu zaliczeniowego	8
Praca związana z: konwersatorium	15
Praca związana z: laboratorium	30
Praca związana z: wykład	15
Liczba punktów ECTS (1 punkt=25h)	4
Procentowy udział pracy własnej studenta w sumarycznym obciążeniu studenta	40,00%
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	100

9. Status zaliczenia przedmiotu

Egzamin pisemny wielokrotnego wyboru w systemie INSPIRA

Forma studiów	Egzamin	Praca egzaminacyjna	Zaliczenie	Praca zaliczeniowa
stacjonarne	×			

10. Metody weryfikacji efektów uczenia się

Składowe oceny końcowej

Forma sprawdzenia	Wybrana forma	Punktacja	Realizuje efekt
Egzamin pisemny	×	50	EU-W5, EU-W4, EU-W3, EU-W2, EU-W1
Egzamin ustny			
Sprawdzian pisemny			
Zaliczeniowy przegląd prac			
Referat pisemny			
Referat ustny			
Kolokwium	×	25	EU-U6, EU-U5, EU-U4, EU-U3, EU-U2, EU-U1
Praca domowa			
Miniprojekt			
Praca na zajęciach			
Projekt z dokumentacją			
Ustna prezentacja projektu			
Obecność na zajęciach			
Sprawdzian ustny			
Kartkówka			
Aktywność na zajęciach			
Egzaminacyjny przegląd prac			
Sprawozdanie z praktyki zawodowej			
Prezentacja indywidualna			
Prezentacja zespołowa	×	25	EU-K2, EU-K1, EU-U6, EU-U5, EU-U3

Zakres punktów	Ocena
0 – 50	2,0
51 – 60	3,0
61 – 70	3,5
71 – 80	4,0
81 – 90	4,5
91 – 100	5,0

11. Macierz realizacji przedmiotu

Efekt uczenia się	Cel przedmiotu	Treści programowe	Metody kształcenia
EU-W1	CP1	TP1	MK1, MK2, MK3, MK4, MK5, MK6, MK7
EU-W2	CP1	TP2	MK1, MK2, MK3, MK4, MK5, MK6, MK7
EU-W3	CP1	TP3	MK1, MK2, MK3, MK4, MK5, MK6, MK7
EU-W4	CP1	TP11	MK1, MK2, MK3, MK4, MK5, MK6, MK7
EU-W5	CP1	TP5	MK1, MK2, MK3, MK4, MK5, MK6, MK7
EU-U1	CP2	TP6, TP11, TP14	MK1, MK2, MK3, MK4, MK5, MK6, MK7
EU-U2	CP2	TP4	MK1, MK2, MK3, MK4, MK5, MK6, MK7
EU-U3	CP2	TP2, TP7, TP10, TP15	MK1, MK2, MK3, MK4, MK5, MK6, MK7
EU-U4	CP2	TP4, TP8, TP9, TP10, TP13	MK1, MK2, MK3, MK4, MK5, MK6, MK7
EU-U5	CP2	TP6, TP7, TP10, TP11	MK1, MK2, MK3, MK4, MK5, MK6, MK7
EU-U6	CP2	TP12	MK1, MK2, MK3, MK4, MK5, MK6, MK7
EU-K1	CP3	TP11, TP15	MK1, MK2, MK3, MK4, MK5, MK6, MK7
EU-K2	CP1	TP13, TP14	MK1, MK2, MK3, MK4, MK5, MK6, MK7

12. Odniesienie efektów uczenia się

Efekt uczenia się	Efekty kształcenia dla kierunku studiów	Charakterystyki drugiego stopnia w obszarze kształcenia
EU-W1	K1P_W24	P6S_WG
EU-W2	K1P_W24	P6S_WG
EU-W3	K1P_W25, K1P_W24	P6S_WG
EU-W4	K1P_W25	P6S_WG
EU-W5	K1P_W24	P6S_WG
EU-U1	K1P_U23	P6S_UW
EU-U2	K1P_U23	P6S_UW
EU-U3	K1P_U22	P6S_UW

Efekt uczenia się	Efekty kształcenia dla kierunku studiów	Charakterystyki drugiego stopnia w obszarze kształcenia
EU-U4	K1P_U23	P6S_UW
EU-U5	K1P_U22	P6S_UW
EU-U6	K1P_U22	P6S_UW
EU-K1	K1P_K08	P6S_KK
EU-K2	K1P_K01	P6S_KK

13. Literatura

Literatura podstawowa

1. Jabłoński Artur, Skuteczna reklama na Facebooku, Grupa Marketer +, 2019
2. Marzec K., Trzósło T., AdWords i Analytics- Zostań certyfikowanym specjalistą, PWN, Warszawa 2017

Literatura uzupełniająca

1. Jabłoński Artur, Jak pisać, żeby chcieli czytać (i kupować). Copywriting & Webwriting, , Helion, 2017
2. Pawłowska Magdalena, Jedna kampania do wolności. Jak stworzyć produkt online, pozyskać klientów i żyć na własnych warunkach, Onepress, 2018

Strony WWW

1. Menedżer reklam Facebook, <https://www.facebook.com/business/tools/ads-manager>
2. Facebook for Business, <https://www.facebook.com/business/marketing/facebook>

14. Informacje o nauczycielach akademickich

Osoby odpowiedzialne za przedmiot

1. mgr Małgorzata Stefańska

Osoby prowadzące przedmiot

1. mgr Małgorzata Stefańska