



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

Sylabus przedmiotu E-commerce

1. Dane podstawowe

Status programowy przedmiotu	Blok A: Ekonomia i marketing
Rodzaj przedmiotu	Obligatoryjny
Kod przedmiotu	LZN-ECM-ZB
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	8
Laboratorium	16
Konwersatorium	8
Razem godzin	32

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_W24, K1P_W25

Umiejętności

Kod	Student potrafi:	Realizuje cel	Efekty kierunkowe
EU-U1	Student posiada umiejętność oceny prowadzonych działań e-commerce i wskazania obszarów do modyfikacji.	CP2	K1P_U22, K1P_U23
EU-U2	Student potrafi dobrać platformę e-commerce w zależności od potrzeb przedsiębiorstwa.	CP2	K1P_U23
EU-U3	Student potrafi zaplanować działania sprzedażowe w zależności od etapu na którym znajduje się użytkownik sklepu internetowego.	CP2	K1P_U22

Kod	Student potrafi:	Realizuje cel	Efekty kierunkowe
EU-U4	Student posiada umiejętność doboru odpowiednich narzędzi wspierających działania sklepu internetowego.	CP2	K1P_U23

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.	CP3	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.	2	2	1	EU-W1
TP2	Proces zakupowy w e-commerce. Lejki sprzedażowe.	0	2	1	EU-U3, EU-W2
TP3	Podstawy seo dla e-commerce. Najczęstsze błędy w pozycjonowaniu sklepów internetowych. Wyszukiwanie słów kluczowych. Platformy e-commerce- wady i zalety dostępnych rozwiązań. Prezentacja panelu zarządzania sklepem internetowym.	2	2	1	EU-U2, EU-W3
TP4	Dropshipping i logistyka sklepów internetowych Strategie promocji sprzedaży w E-commerce: programy lojalnościowe, personalizacja ofert, upselling i cross-selling. Przedstawienie projektu.	0	2	1	EU-U1, EU-U4
TP5	Analityka internetowa e-commerce. Panel e-commerce Google Analytics. Praktyczne rozwiązania dla sklepów internetowych- podstawy User Experience.	2	2	1	EU-K1, EU-U1, EU-U4, EU-W4
TP6	Aspekty prawne e-commerce: regulamin sklepów internetowych, polityka prywatności, RODO. Kolokwium zaliczeniowe.	0	2	1	EU-K2, EU-W1
TP7	Rola mobile w e-commerce, responsive web design. E-mail marketing w e-commerce- budowanie listy mailingowej, dostępne platformy do wysyłki wiadomości e-mail.	2	2	1	EU-U3, EU-W1
TP8	Narzędzia wspierające e-commerce. Podsumowanie zajęć.	0	2	1	EU-K2, EU-U4

Razem godzin: 32

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	30
Przygotowanie do kolokwium	22
Przygotowanie projektu zaliczeniowego	16
Praca związana z: konwersatorium	8
Praca związana z: laboratorium	16
Praca związana z: wykład	8
Liczba punktów ECTS (1 punkt=25h)	4
Procentowy udział pracy własnej studenta w sumarycznym obciążeniu studenta	68,00%
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	100

9. Status zaliczenia przedmiotu

Egzamin pisemny wielokrotnego wyboru w systemie INSPERA

Forma studiów	Egzamin	Praca egzaminacyjna	Zaliczenie	Praca zaliczeniowa
niestacjonarne	×			

10. Metody weryfikacji efektów uczenia się

Składowe oceny końcowej

Forma sprawdzenia	Wybrana forma	Punktacja	Realizuje efekt
Egzamin pisemny	×	50	EU-W4, EU-W3, EU-W2, EU-W1
Egzamin ustny			
Sprawdzian pisemny			
Zaliczeniowy przegląd prac			
Referat pisemny			
Referat ustny			
Kolokwium	×	25	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-U4, EU-U3

Zasady wyliczania oceny z przedmiotu

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, TP6, TP7	MK1, MK2, MK3, MK4, MK5, MK6, MK7

Efekt uczenia się	Cel przedmiotu	Treści programowe	Metody kształcenia
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	TP5	MK1, MK2, MK3, MK4, MK5, MK6, MK7
EU-U1	CP2	TP4, TP5	MK1, MK2, MK3, MK4, MK5, MK6, MK7
EU-U2	CP2	TP3	MK1, MK2, MK3, MK4, MK5, MK6, MK7
EU-U3	CP2	TP2, TP7	MK1, MK2, MK3, MK4, MK5, MK6, MK7
EU-U4	CP2	TP4, TP5, TP8	MK1, MK2, MK3, MK4, MK5, MK6, MK7
EU-K1	CP3	TP5	MK1, MK2, MK3, MK4, MK5, MK6, MK7
EU-K2	CP3	TP6, TP8	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, K1P_W24	P6S_WG
EU-U1	K1P_U23, K1P_U22	P6S_UW
EU-U2	K1P_U23	P6S_UW
EU-U3	K1P_U22	P6S_UW
EU-U4	K1P_U23	P6S_UW
EU-K1	K1P_K08	P6S_KK
EU-K2	K1P_K01	P6S_KK

13. Literatura

Literatura podstawowa

1. Królewski J., Sala P, E-marketing. Współczesne trendy. Pakiet startowy. , PWN, 2016
2. Majewski P, Czas na e-biznes, Złote myśli, 2008
3. Mazurek Grzegorz, E-marketing :planowanie, narzędzia, praktyka, Poltext, 2018

Literatura uzupełniająca

1. Karwatka P. i in., Technologia w e-commerce, Teoria i praktyka. Poradnik menedżera,, Helion, 2013
2. Krupa P., Ossowski M, E-mail marketing. 10 wykładów o skutecznej promocji w sieci., Helion, 2013
3. Zastrożna M., Google Analytics dla marketingowców., Helion, 2015

Strony WWW

1. Google Trends, <https://trends.google.com/trends/?geo=US>
2. Kurs e-commerce PARP, <https://akademia.parp.gov.pl>
3. Google Analytics, <https://analytics.google.com/analytics/web/>

14. Informacje o nauczycielach akademickich

Osoby odpowiedzialne za przedmiot

1. mgr Małgorzata Stefańska

Osoby prowadzące przedmiot

1. mgr Małgorzata Stefańska