

KARTA ZAJĘĆ (SYLABUS)

(forma uproszczona)

1. Zajęcia i ich usytuowanie w harmonogramie realizacji programu

1. Jednostka prowadząca kierunek studiów	Instytut Nauk Technicznych
2. Nazwa kierunku studiów	Informatyka w biznesie
3. Forma prowadzenia studiów	stacjonarne
4. Profil studiów	praktyczny
5. Poziom studiów	studia I stopnia
6. Nazwa zajęć	<i>Technologie internetowe w zarządzaniu i marketingu</i>
7. Kod zajęć	KW 11B
8. Poziom/kategoria zajęć	przedmiot: kształcenia kierunkowego
9. Status zajęć	wybieralny
10. Usytuowanie zajęć w harmonogramie realizacji zajęć	semestr 7
11. Język wykładowy	polski
12. Liczba punktów ECTS	5

2. Formy zajęć dydaktycznych i ich wymiar w harmonogramie realizacji programu studiów

Wykład W	Ćwiczenia C	Laboratorium L	Projekt P	Konwersatorium K	Praktyka PZ	Inne
15	-	30			-	-

3. Cele zajęć

	C1	Zapoznanie z zastosowaniami Internetu w zarządzaniu i marketingu i ukształtowanie umiejętności w zakresie oceny tych zastosowań na wybranym przypadku.
	C2	Ukształtowanie umiejętności projektowania i tworzenia sklepu internetowego, umiejętności skutecznej i świadomej prezentacji.
	C3	Zapoznanie z zastosowaniami Internetu w zarządzaniu i marketingu i ukształtowanie umiejętności w zakresie oceny tych zastosowań na wybranym przypadku.

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

A. Wiedza z przedmiotu marketing, technologie internetowe.

5. Efekty uczenia się dla zajęć, wraz z odniesieniem do efektów uczenia się określonych dla kierunku

Lp.	Opis efektów uczenia się dla zajęć	Odniesienie do efektów uczenia się określonych dla kierunku - identyfikator efektów uczenia się	odniesienie do efektów obszarowych i inżynierskich
W_01	W zakresie technologii internetowych wykorzystywanych w zarządzaniu i marketingu elektronicznym.	K_W13	P6S_WG

U_01	Wdrażania systemów internetowych wspomagających zarządzanie i marketing.	K_U07 K_U11	P6S_UW
K_01	Jest gotów do odpowiedniego określania priorytetów służących w realizacji określonego przez siebie lub innych zadania.	K_K02	P6U_KO
6. Treści kształcenia – oddzielnie dla każdej formy zajęć dydaktycznych			
Wykład			
Lp.	Tematyka zajęć – szczegółowy opis bloków tematycznych	Liczba godzin	
W1	Kierunki rozwoju systemów internetowych zarządzania. Modele biznesowe. Rynek domen internetowych.	1	
W2	Systemy handlu elektronicznego w sektorze B2C.	1	
W3	Platformy handlu elektronicznego w sektorze B2B.	1	
W4	Portale korporacyjne i systemy CMS.	1	
W5	Technologie i kanały dystrybucji produktów w systemach internetowych. Platformy aukcyjne. Pasaże handlowe. Systemy porównawcze.	1	
W6	Wykorzystanie systemów rekomendujących w handlu elektronicznym. Algorytmy i metody.	1	
W7	Technologie płatności elektronicznych. Pieniądz elektroniczny. Płatności mobilne.	1	
W8	Modele komunikacji i pomiary audienj w marketingu elektronicznym.	1	
W9	Technologie serwerów reklam i zarządzanie przebiegiem kampanii reklamowych.	1	
W10	Pozycjonowanie i reklama w wyszukiwarkach internetowych.	1	
W11	Zastosowania platform społecznościowych w sektorze komercyjnym. Analizy struktur i dynamiki rozwoju sieci społecznych.	1	
W12	Alternatywne formy promocji i marketingu w Internecie. Programy partnerskie. Marketing wirusowy. Wirtualne światy i systemy MMO.	1	
W13	Technologie mobilne w handlu elektronicznym i marketingu.	1	
W14	Optymalizacja witryn internetowych i metody analityczne.	1	
W15	Uwarunkowania prawne i etyka działalności komercyjnej w Internecie.	1	
Razem		15	

Laboratorium							
L1	Omówienie umiejętności przydatnych w zarządzaniu i marketingu w przedsięwzięciach internetowych. Przygotowanie do prezentacji ustnej. Badanie zastosowań Internetu w zarządzaniu firmą i innymi przedsięwzięciami.					4	
L2	Modernizacja przedsiębiorstwa dzięki wykorzystaniu Internetu w działalności podstawowej – analiza serwisu WWW, studium przypadku, burza mózgów.					4	
L3	Analiza możliwości technologii internetowych w realizacji marketingu-mix. Dobór tematyki sklepu internetowego.					6	
L4	Budowa sklepu internetowego dla istniejącego lub wymaganowanego przedsięwzięcia.					4	
L5	Budowa sklepu internetowego dla istniejącego lub wymaganowanego przedsięwzięcia – ciąg dalszy.					8	
L6	Ocena stworzonych sklepów i prezentacji. Spotkanie oceniające i podsumowujące zdobytą wiedzę, umiejętności i kompetencje.					2	
Razem						28	
7. Metody weryfikacji efektów uczenia się /w odniesieniu do poszczególnych efektów							
Symbol efektu uczenia się	Forma weryfikacji						
	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Projekt	Sprawdzian wejściowy	Sprawozdanie	Inne
W_01			X				
U_01				X			
K_01							X
8. Obciążenie pracą studenta							
	Forma aktywności				Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności		
	Udział w wykładach				15		
	Udział w ćwiczeniach						
	Udział w konwersatoriach/laboratoriach/projektach				30		
	Udział w praktyce zawodowej						
	Udział nauczyciela akademickiego w egzaminie						
	Udział w konsultacjach				20		
	Suma godzin, w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia				45		
	Samodzielne przygotowanie do zajęć innych niż kształtujące umiejętności praktyczne				10		
Samodzielne przygotowanie do zajęć kształtujących umiejętności praktyczne				45			

	<i>Przygotowanie do konsultacji</i>			
	<i>Przygotowanie do egzaminu i kolokwiiów</i>	5		
	Suma godzin pracy własnej studenta	60		
	Sumaryczne obciążenie studenta	105		
	<i>Liczba punktów ECTS za zajęcia</i>	5		
	<i>Obciążenie studenta zajęciami kształtującymi umiejętności praktyczne</i>	75		
	<i>Liczba punktów ECTS za zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne</i>	3		
	<i>Liczba godzin zajęć prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość</i>			
	<i>Liczba punktów ECTS przypisana do zajęć prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość</i>			