

WYDZIAŁ INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA**KARTA PRZEDMIOTU****Nazwa w języku polskim** Efektywne wykorzystanie internetu w biznesie**Nazwa w języku angielskim** Effective techniques of using internet in business**Kierunek studiów (jeśli dotyczy):** Zarządzanie**Specjalność (jeśli dotyczy):** Zarządzanie Przedsiębiorstwem**Stopień studiów i forma:** I stopień, stacjonarna**Rodzaj przedmiotu:** wybieralny**Kod przedmiotu** EKZ1192**Grupa kursów** NIE

	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium
Liczba godzin zajęć zorganizowanych w Uczelni (ZZU)	30	15			
Liczba godzin całkowitego nakładu pracy studenta (CNPS)	60	60			
Forma zaliczenia	zaliczenie na ocenę	zaliczenie na ocenę			
Dla grupy kursów zaznaczyć kurs końcowy (X)					
Liczba punktów ECTS	2	2			
w tym liczba punktów odpowiadająca zajęciom o charakterze praktycznym (P)		2			
w tym liczba punktów ECTS odpowiadająca zajęciom wymagającym bezpośredniego kontaktu (BK)	1	0,5			

*niepotrzebne skreślić

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH

brak

CELE PRZEDMIOTU

C1 Zapoznanie studentów z zaawansowanymi metodami wykorzystania Internetu w działalności gospodarczej.

C2 Przedstawienie studentom istotnych z punktu widzenia zarządzania przedsiębiorstwem modeli stosowanych w handlu elektronicznym.

PRZEDMIOTOWE EFEKTY KSZTAŁCENIA

Z zakresu wiedzy:

PEK_W01 Student zna i rozumie istotę pojęcia komercyjnych internetowych serwisów, zarządzania w chmurze oraz znaczenie danych środowiska e-commerce.

PEK_W02 Student rozumie znaczenie marketingu internetowego oraz handlu elektronicznego w przedsiębiorstwie.

PEK_W03 Student zna podstawowe modele i procesy w zarządzaniu przedsiębiorstwem z wykorzystaniem Internetu.

PEK_W04 Student poznał systemy zarządzania internetowym kanałem sprzedaży w przedsiębiorstwie.

Z zakresu umiejętności:

PEK_U01 Student potrafi analizować procesy zarządzania serwisem internetowym, szczególnie w aspekcie ekonomicznym.

Z zakresu kompetencji społecznych:

PEK_K01 student ma świadomość znaczenia skutecznego zarządzania przedsiębiorstwem z wykorzystaniem narzędzi internetowych w praktyce organizacji a także wykorzystania tego typu narzędzi w gospodarce i w życiu codziennym

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć - wykład		Liczba godzin
Wy1	Internet - podstawowe pojęcia, modele rynku - wprowadzenie	2
Wy2	Handel elektroniczny – dziedziny, klasyfikacja, innowacyjne rozwiązania	2
Wy3	Metody promocji przedsiębiorstwa w internecie z wykorzystaniem serwisów klasy WEB 2.0 oraz WEB 3.0	2
Wy4	Innowacyjne rozwiązania logistyczne w handlu elektronicznym	2
Wy5	Rodzaje komercyjnych witryn internetowych i metody oceny ich jakości, Zasady budowy komercyjnego serwisu internetowego	2
Wy6	Rejestracja domeny internetowej - rodzaje domen, rodzaje serwerów DNS, pozycjonowanie domen i ich wpływ na kanały marketingowe przedsiębiorstwa	2
Wy7	Metody dostępu do internetu w przedsiębiorstwie na świecie i w Polsce, zarządzanie oprogramowaniem w chmurze, wybór efektywnego hostingu – optymalizacja kosztów.	2
Wy8	Budowa sklepu internetowego i metody zarządzania e-sklepem	2
Wy9	Zintegrowane kanały sprzedaży przez internet	2
Wy10	Monitoring odwiedzin serwisu internetowego – wnioskowanie i optymalizacja, Google Analytics	2
Wy11	Wyjście z ofertą swojej firmy poza granice kraju - międzynarodowe serwisy e-biznesowe, 7-step Ie-C	2
Wy12	Zaawansowane strategie e-biznesowe	2
Wy13	Zarządzanie asortymentem w handlu elektronicznym, techniki optymalizacji	2
Wy14	Pozycjonowanie, SEO, SEM, Google AdWords	2
Wy15	Zaliczenie pisemne przedmiotu	2
Suma godzin		30

Forma zajęć - ćwiczenia		Liczba godzin
Ćw1	Ekonomiczne aspekty wykorzystania internetu w przedsiębiorstwie – studia przypadku	2
Ćw2	Pomiary efektywności kampanii marketingowych z wykorzystaniem internetu – metody rozliczeń, wskaźniki efektywności	2
Ćw3	Katalogi sklepów internetowych i porównywarki cenowe – studia przypadku	2
Ćw4	Komercyjne aspekty mediów społecznościowych, F-commerce – studia przypadku	2
Ćw5	Google AdSense, wartość dodana witryny i monetyzacja ruchu	2
Ćw6	Systemy rekomendacji behawioralnej, cross-selling – studia przypadku	2
Ćw7	Ekonomia długiego ogona	2
Ćw8	Zaliczenie pisemne	1
	Suma godzin	15

Forma zajęć - laboratorium		Liczba godzin
La1		
La2		
La3		
	Suma godzin	

Forma zajęć - projekt		Liczba godzin
Pr1		
Pr2		
Pr3		
	Suma godzin	

Forma zajęć - seminarium		Liczba godzin
Se1		
Se2		
Se3		
	Suma godzin	

STOSOWANE NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE	
N1. Wykład informacyjny	
N2. Prezentacje multimedialne	
N3. Internetowe bazy informacji i wiedzy.	
N4. Studia przypadku	
N5. Ćwiczenia praktyczne	

OCENA OSIĄGNIĘCIA PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA		
Oceny (F – formująca (w trakcie semestru), P – podsumowująca (na koniec semestru))	Numer efektu kształcenia	Sposób oceny osiągnięcia efektu kształcenia
F1	PEK_W01 –W04 PEK_K01	Kolokwium w formie pisemnej
F2	PEK_W01 –W04 PEK_U01 PEK_K01	Ćwiczenia praktyczne Udział w dyskusji Analiza studiów przypadku Prezentacja
P (dla wykładu) = F1P (dla ćwiczeń) = F2		

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

LITERATURA PODSTAWOWA:

- [1] Brady R., Forrest E., Mizerski R., Marketing w Internecie, PWE Warszawa 2001
[2] Tkaczyk J., 2010, Zachowania konsumenckie w środowisku wirtualnym (on-line), w. S. Pilarski, M. Awdziej, M. Czaplicka, J. Tkaczyk, K. Zięba, Klient i Marketing, UWM, Olsztyn
[3] Markov Z., Larose D. T., 2009, Eksploracja zasobów internetowych. Analiza struktury, zawartości i użytkowania sieci WWW. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
<http://www.loc.gov/global/internet/inet-business.html>,
[4] Zwass, V., 1996, Electronic commerce: Structures and issues. International, Journal of Electronic Commerce, 1, 3–23

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

- [1] Guziur P., Marketing w Internecie. Strategie dla małych i dużych firm, Wydawnictwo Helion 2000
[2] Falk B., Internet - wyd. III, , Wydawnictwo Helion, 2001
[3] Kołodziejczyk W., 2010, Dropshipping (nie tylko dla e-biznesu) w: Szoltysek J., Jedliński, M. (red.) M. 2010, Logistyka – współczesne wyzwania, Wałbrzych, Wydawnictwo PWSZ Wałbrzych.
[4] Kim, D.J., 2012. An investigation of the effect of online consumer trust on expectation, satisfaction, and post-expectation. Information Systems and E-Business Management, 10:219–240.

OPIEKUN PRZEDMIOTU (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Grzegorz Chodak, grzegorz.chodak@pwr.edu.pl

MACIERZ POWIĄZANIA EFEKTÓW KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU **Efektywne wykorzystanie internetu w biznesie** Z EFEKTAMI KSZTAŁCENIA NA KIERUNKU **Zarządzanie** I SPECJALNOŚCI **Zarządzanie Przedsiębiorstwem**

Przedmiotowy efekt kształcenia	Odniesienie przedmiotowego efektu do efektów kształcenia zdefiniowanych dla kierunku studiów i specjalności (o ile dotyczy)**	Cele przedmiotu***	Treści programowe***	Numer narzędzia dydaktycznego***
PEK_W01 (wiedza)	K1_ZARZ_W07	C1, C2	Wy1-7	N1, N2, N3,N4
PEK_W02	K1_ZARZ_W07	C1, C2	Wy8-9	N1, N2, N3
PEK_W03	K1_ZARZ_W07	C1	Wy10-11	N1, N2, N3
PEK_W04	K1_ZARZ_W07	C2	Wy12-15	N1, N2, N3
PEK_U01 (umiejętności)	K1_ZARZ_U03	C1, C2	Ćw1- Ćw8	N1, N2, N3,N4,N5
PEK_K01 (kompetencje)	K1_ZARZ_K01 K1_ZARZ_K06	C1, C2	Wy1-15 Ćw1- Ćw8	N1, N2, N3,N4,N5