

Wydział Informatyki i Zarządzania**KARTA PRZEDMIOTU**

Nazwa w języku polskim Analiza strategii marketingowych w Internecie i mediach elektronicznych

Nazwa w języku angielskim Analysis of marketing strategies in the Internet and digital media

Kierunek studiów (jeśli dotyczy): Zarządzanie

Specjalność (jeśli dotyczy): Zarządzanie Przedsiębiorstwem

Stopień studiów i forma: I stopień, stacjonarne

Rodzaj przedmiotu: wybieralny

Kod przedmiotu ZMZ3174

Grupa kursów NIE

	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium
Liczba godzin zajęć zorganizowanych w Uczelni (ZZU)				30	
Liczba godzin całkowitego nakładu pracy studenta (CNPS)				90	
Forma zaliczenia				zaliczenie na ocenę	
Dla grupy kursów zaznaczyć kurs końcowy (X)					
Liczba punktów ECTS				3	
w tym liczba punktów odpowiadająca zajęciom o charakterze praktycznym (P)				3	
w tym liczba punktów ECTS odpowiadająca zajęciom wymagającym bezpośredniego kontaktu (BK)				1,0	

*niepotrzebne skreślić

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

1. Brak

CELE PRZEDMIOTU

C1. WYROBIENIE UMIEJĘTNOŚCI ANALIZY, PLANOWANIA I KOORDYNACJI DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH Z UŻYCIEM NOWOCZESNYCH TECHNOLOGII W INTERNecie I MEDIACH CYFROWYCH.

PRZEDMIOTOWE EFEKTY KSZTAŁCENIA

Z zakresu wiedzy:

Z zakresu umiejętności:

PEK_U01 – Potrafi zaplanować i przeprowadzić działania marketingowe z użyciem nowoczesnych mediów.

PEK_U02 – Potrafi użytkować nowoczesne narzędzia marketingowe i koordynować działania przedsiębiorstwa w Internecie i mediach cyfrowych.

Z zakresu kompetencji społecznych:

PEK_K01 – Jest świadomy specyfiki społeczeństwa informacyjnego i jego wpływu na działalność marketingową przedsiębiorstw.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć - wykład		Liczba godzin
Wy1		
	Suma godzin	

Forma zajęć - ćwiczenia		Liczba godzin
Ćw1		
	Suma godzin	

Forma zajęć - laboratorium		Liczba godzin
La1		
	Suma godzin	

Forma zajęć - projekt		Liczba godzin
Pr1	Wprowadzenie do zajęć	2
Pr2	Konsultacje wyboru obiektu badań	2
Pr3	Konsultacje zakresu i celu pracy projektowej	2
Pr4	Przedstawienie tematu, problemu badawczego i celu pracy	2
Pr5	Przedstawienie opisu przedsiębiorstwa	2
Pr6	Analiza pozycji konkurencyjnej	2
Pr7	Analiza dotychczasowej strategii marketingowej	2
Pr8	Analiza oczekiwań klientów i interesariuszy	2
Pr9	Analiza wykorzystywanych technologii informatycznych	2
Pr10	Analiza SWOT i wnioski	2
Pr11	Przedstawienie projektu nowej strategii marketingowej	2
Pr12	Przedstawienie proponowanych działań, narzędzi i technologii	2
Pr13	Dyskusja i ocena wykonalności projektów	2
Pr14	Prezentacja prac projektowych	2
Pr15	Ocena prac projektowych	2
	Suma godzin	30

Forma zajęć - seminarium		Liczba godzin
Se1		
	Suma godzin	

STOSOWANE NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE
N1. Metoda projektów N2. Praca w grupach N3. Dyskusja dydaktyczna

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_U01, PEK_U02, PEK_K01	Udział w dyskusjach problemowych
F2	PEK_U01, PEK_U02, PEK_K01	Ocena przygotowania projektu
$P = 0.5 \cdot F1 + 0.5 \cdot F2$		

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA
<p><u>LITERATURA PODSTAWOWA:</u></p> <p>[1] Agnieszka Izabela Baruk, Katarzyna Hys, Adam Dzikowski, Marketing dla inżynierów , PWE, 2012</p> <p>[2] Dominik Kaznowski, Nowy marketing w internecie, Difin, 2007</p> <p>[3] Andrzej Limański, Ireneusz Drabik, Marketing międzynarodowy, Difin, 2010</p> <p>[4] Mirosław Pacut , Krystyna Śliwińska, Narzędzia i techniki komunikacji marketingowej XXI wieku, Wolters Kluwer Polska, 2011</p>
OPIEKUN PRZEDMIOTU (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)
Adam Dzikowski, adam.dzikowski@pwr.wroc.pl

MACIERZ POWIĄZANIA EFEKTÓW KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU
Analiza strategii marketingowych w Internecie i mediach elektronicznych
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)				
PEK_W02				
PEK_U01 (umiejętności)	K1_ZARZ_U06 K1_ZARZ_U17 K1_ZARZ_U15 K1_ZARZ_U14 K1_ZARZ_U12 K1_ZARZ_U05 K1_ZARZ_U04 K1_ZARZ_U02 K1_ZARZ_U03 K1_ZARZ_U07	C1	Pr1-Pr15	N1, N2, N3
PEK_U02	K1_ZARZ_U06 K1_ZARZ_U17 K1_ZARZ_U15 K1_ZARZ_U14 K1_ZARZ_U12 K1_ZARZ_U05 K1_ZARZ_U04 K1_ZARZ_U02 K1_ZARZ_U03 K1_ZARZ_U07	C1	Pr1-Pr15	N1, N2, N3
PEK_K01 (kompetencje)	K1_ZARZ_K01 K1_ZARZ_K03 K1_ZARZ_K06	C1	Pr1-Pr15	N1, N2, N3

** - wpisać symbole kierunkowych/specjalnościowych efektów kształcenia

*** - z tabeli powyżej