

**WYDZIAŁ INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA****KARTA PRZEDMIOTU**

**Nazwa w języku polskim** Zaawansowane techniki zastosowania Internetu w przedsiębiorstwie

**Nazwa w języku angielskim** Advanced techniques of using internet in business

**Kierunek studiów (jeśli dotyczy):** Inżynieria Systemów

**Specjalność (jeśli dotyczy):**

**Stopień studiów i forma:** II stopień, stacjonarna

**Rodzaj przedmiotu:** wybieralny

**Kod przedmiotu** ZMZ0160

**Grupa kursów** NIE

	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium
Liczba godzin zajęć zorganizowanych w Uczelni (ZZU)	<b>30</b>				<b>15</b>
Liczba godzin całkowitego nakładu pracy studenta (CNPS)	<b>90</b>				<b>60</b>
Forma zaliczenia	<b>zaliczenie na ocenę</b>				<b>zaliczenie na ocenę</b>
Dla grupy kursów zaznaczyć kurs końcowy (X)					
Liczba punktów ECTS	<b>4</b>				<b>2</b>
w tym liczba punktów odpowiadająca zajęciom o charakterze praktycznym (P)					<b>2</b>
w tym liczba punktów ECTS odpowiadająca zajęciom wymagającym bezpośredniego kontaktu (BK)	<b>3.2</b>				<b>1,6</b>

\*niepotrzebne skreślić

**WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH**

1. brak

**CELE PRZEDMIOTU**

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

C2 Przedstawienie studentom istotnych z punktu widzenia prowadzenia działalności gospodarczej modeli stosowanych w handlu elektronicznym.

### PRZEDMIOTOWE EFEKTY KSZTAŁCENIA

Z zakresu wiedzy:

PEK\_W01 Student zna i rozumie istotę pojęcia komercyjnych internetowych serwisów, serwisów społecznościowych 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 zarządzania 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, historia na świecie i w Polsce - wprowadzenie	2
Wy2	Domena internetowa – w kontekście SEO, rodzaje domen, rodzaje serwerów DNS pozycjonowanie domen i ich wpływ na kanały marketingowe przedsiębiorstwa, hosting – metody doboru.	2
Wy3	Handel elektroniczny – dziedziny, klasyfikacja, innowacyjne rozwiązania	2
Wy4	Budowa sklepu internetowego i metody zarządzania e-sklepem	2
Wy5	Zaawansowanie narzędzia wspomagające zarządzanie sklepem internetowym	2
Wy6	Innowacyjne rozwiązania logistyczne w handlu elektronicznym	2
Wy7	Zaawansowane strategie e-biznesowe, Zarządzanie asortymentem w handlu elektronicznym, techniki optymalizacji	2
Wy8	Integracja rozwiązań informatycznych w handlu elektronicznym	2
Wy9	Pozycjonowanie, SEO, SEM, black SEO, koszty i zagrożenia, optymalne strategie.	2
Wy10	Monitoring odwiedzin serwisu internetowego – wnioskowanie i optymalizacja, Google Analytics	2
Wy11	Google AdWords, Google Merchant, budowa kampanii, wskaźnik service quality rank.	2
Wy12	Marketing w serwisach społecznościowych.	2
Wy13	Komercyjne witryny internetowe – studia przypadku	2
Wy14	Komercyjne witryny internetowe – studia przypadku	2
Wy15	Zaliczenie przedmiotu – ocena wykonanego serwisu	2
	Suma godzin	<b>30</b>

Forma zajęć - ćwiczenia		Liczba godzin
	Suma godzin	

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
S1	Prezentacja wymogów dotyczących zaliczenia. Omówienie tematów seminaryjnych i ich przydział	1
S2	Ekonomiczne aspekty wykorzystania internetu w przedsiębiorstwie, programy partnerskie Pomiary efektywności kampanii marketingowych z wykorzystaniem internetu – metody rozliczeń, wskaźniki efektywności.	2
S3	Katalogi sklepów internetowych i porównywarki cenowe – studia przypadku	2
S4	Komercyjne aspekty mediów społecznościowych, F-commerce – studia przypadku	2
S5	Google AdSense, wartość dodana witryny i monetyzacja ruchu	2
S6	Systemy rekomendacji, model SaaS – studia przypadku	2
S7	Porównanie hostingu, metod dostępu do Internetu	2
S8	Crowdfunding, Bitcoin	2
	Suma godzin	15

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	Realizacja i prezentacja komercyjnej witryny internetowej
F2	PEK_W01 –W04 PEK_U01 PEK_K01	Prezentacje Udział w dyskusji Analiza studiów przypadku Przygotowanie referatu w formie pisemnej
P (dla wykładu) = F1P (dla ćwiczeń) = F2		

<b>LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA</b>	
<b><u>LITERATURA PODSTAWOWA:</u></b>	
<p>[1] Szymański, G. (2013). <i>Innowacje marketingowe w sektorze e-commerce</i>. Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej.</p> <p>[2] Chodak, G. (2014). <i>Wybrane zagadnienia logistyki w sklepach internetowych:-modele, badania rynku</i>. Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej.</p> <p>[3] Brady R., Forrest E., Mizerski R., Marketing w Internecie, PWE Warszawa 2001</p> <p>[4] 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</p> <p>[5] Markov Z., Larose D. T., 2009, Eksploracja zasobów internetowych. Analiza struktury, zawartości i użytkowania sieci WWW. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.<a href="http://www.loc.gov/global/internet/inet-business.html">http://www.loc.gov/global/internet/inet-business.html</a>,</p> <p>[6] Zwass, V., 1996, Electronic commerce: Structures and issues. International, Journal of Electronic Commerce, 1, 3–23</p>	
<b><u>LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:</u></b>	
<p>[1] Podlaski, A. (2011). <i>Marketing społecznościowy: tajniki skutecznej promocji w SOCIAL MEDIA</i>. Wydawnictwo HELION.</p> <p>[2] Bonek, T., &amp; Smaga, M. (2012). <i>Biznes w internecie: Praktyczny poradnik o marketingu, sprzedaży, public r</i></p> <p>[3] Falk B., Internet - wyd. III, , Wydawnictwo Helion, 2001</p> <p>[4] Kołodziejczyk W., 2010, Dropshipping (nie tylko dla e-biznesu) w: Szołtysek J., Jedliński, M. (red.) M. 2010, Logistyka – współczesne wyzwania, Wałbrzych, Wydawnictwo PWSZ Wałbrzych.</p> <p>[5] 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.</p> <p>[6] Guziur P., Marketing w Internecie. Strategie dla małych i dużych firm, Wydawnictwo Helion 2000</p> <p>[7] Feldy, M. (2012). Sklepy internetowe [Internet shops]. <i>Oficyna Wolters Kluwer business, Warszawa, 30.</i></p>	
<b>OPIEKUN PRZEDMIOTU (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)</b>	
<b>Grzegorz Chodak, grzegorz.chodak@pwr.edu.pl</b>	

MACIERZ POWIĄZANIA EFEKTÓW KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU  
**Zaawansowane techniki zastosowania Internetu w przedsiębiorstwie**  
 Z EFEKTAMI KSZTAŁCENIA NA KIERUNKU IS  
 I SPECJALNOŚCI

<b>Przedmiotowy efekt kształcenia</b>	<b>Odniesienie przedmiotowego efektu do efektów kształcenia zdefiniowanych dla kierunku studiów i specjalności (o ile dotyczy)**</b>	<b>Cele przedmiotu***</b>	<b>Treści programowe***</b>	<b>Numer narzędzia dydaktycznego***</b>
PEK_W01	K2_INS_W02	C1, C2	Wy1-7	N1, N2, N3,N4
PEK_W01	K2_INS_W05	C1, C2	Wy1-7	N1, N2, N3,N4
PEK_W02	K2_INS_W05	C1, C2	Wy8-9	N1, N2, N3
PEK_W03	K2_INS_W02	C1	Wy10-11	N1, N2, N3
PEK_W04	K2_INS_U01	C2	Wy12-15	N1, N2, N3
PEK_U01	K2_INS_U14	C1, C2	Wy1-5	N1, N2, N3, N4
PEK_U01	K2_INS_U15	C2	Wy6-9	N1, N2, N3
PEK_U01	K2_INS_U16	C1, C2	Wy10-15	N1, N2, N3, N4
PEK_U01	K2_INS_U19	C2	S1- S8	N1, N2, N3
PEK_U01	K2_INS_U05	C1, C2	S1- S8	N1, N2, N3,N4,N5
PEK_K01	K2_INS_K01	C1, C2	S1- S8	N1, N2, N3,N4,N5