

Wydział Informatyki i Zarządzania

KARTA PRZEDMIOTU**Nazwa w języku polskim** E-marketing**Nazwa w języku angielskim** E-marketing**Kierunek studiów (jeśli dotyczy):** Zarządzanie**Specjalność (jeśli dotyczy):** Technologie informacyjne w zarządzaniu**Stopień studiów i forma:** II stopień, stacjonarne**Rodzaj przedmiotu:** obowiązkowy**Kod przedmiotu** IEZ1157**Grupa kursów** NIE

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

*niepotrzebne skreślić

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

1. Znajomość podstaw marketingu

CELE PRZEDMIOTU

C1. Zdobycie przez studenta wiedzy dotyczącej problematyki współczesnego marketingu w Internecie i mediach cyfrowych

C2. WYROBIENIE UMIEJĘTNOŚCI ANALIZY I PLANOWANIA DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH Z UŻYCIEM NOWOCZESNYCH MEDIÓW W ŚRODOWISKU GLOBALNYM.

PRZEDMIOTOWE EFEKTY KSZTAŁCENIA

Z zakresu wiedzy:

PEK_W01 – Jest w stanie zidentyfikować i wytłumaczyć rolę rozwoju technologicznego i cywilizacyjnego w tworzeniu strategii marketingowych

PEK_W02 – Zna metody i techniki analizy i planowania działań marketingowych z użyciem nowoczesnych mediów.

Z zakresu umiejętności:

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

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

Z zakresu kompetencji społecznych:

PEK_K01 – Jest świadomy różnic międzynarodowych i międzykulturowych w działalności gospodarczej i obsłudze klienta.

TREŚCI PROGRAMOWE

| Forma zajęć - wykład | | Liczba godzin |
|----------------------|---|---------------|
| Wy1 | Ewolucja współczesnego marketingu. | 1 |
| Wy2 | Wpływ społeczeństwa informacyjnego na strategie marketingowe. | 2 |
| Wy3 | Polityka produktowa w Internecie | 2 |
| Wy4 | Strategie cenowe w mediach cyfrowych | 2 |
| Wy5 | Dystrybucja i e-commerce | 2 |
| Wy6 | Promocja w mediach cyfrowych | 2 |
| Wy7 | E-marketing międzynarodowy i międzykulturowy | 2 |
| Wy8 | Kolokwium zaliczeniowe | 2 |
| | Suma godzin | 15 |

| Forma zajęć - ćwiczenia | | Liczba godzin |
|-------------------------|--|---------------|
| Ćw1 | Wprowadzenie do zajęć | 1 |
| Ćw2 | Analiza strategii produktowych | 2 |
| Ćw3 | Analiza strategii cenowych | 2 |
| Ćw4 | Analiza strategii dystrybucyjnych | 2 |
| Ćw5 | Analiza strategii promocyjnych | 2 |
| Ćw6 | Analiza pozostałych elementów marketing-mix | 2 |
| Ćw7 | Analiza uwarunkowań międzynarodowych w e-marketingu | 2 |
| Ćw8 | Analiza uwarunkowań międzykulturowych w e-marketingu | 2 |
| | Suma godzin | 15 |

| Forma zajęć - laboratorium | | Liczba godzin |
|----------------------------|-------------|---------------|
| La1 | | |
| | Suma godzin | |

| Forma zajęć - projekt | | Liczba godzin |
|-----------------------|-------------|---------------|
| Pr1 | | |
| | Suma godzin | |

| Forma zajęć - seminarium | | Liczba godzin |
|--------------------------|--|---------------|
| | | |

| | | |
|-----|-------------|--|
| Se1 | | |
| | Suma godzin | |

| STOSOWANE NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE |
|--|
| N1. Wykład informacyjny N2. Prezentacja multimedialna N3. Wykład problemowy N4. Analiza przypadków N5. Praca w grupach N6. Ćwiczenia problemowe |

OCENA OSIĄGNIĘCIA PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

| Oceny (F – formująca (w trakcie semestru), P – podsumowująca (na koniec semestru)) | Numer efektu kształcenia | Sposób oceny osiągnięcia efektu kształcenia |
|--|--|---|
| P1 (wykład) | PEK_W01, PEK_W02, PEK_K01 | Kolokwium |
| F1 (ćwiczenia) | PEK_U01, PEK_U02, PEK_K01 | Prezentacja multimedialna |
| F2 (ćwiczenia) | PEK_U01, PEK_U02, PEK_K01 | Raport |
| P2 (ćwiczenia) = 0,5*F1 + 0,5*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] Mirosław Pacut , Krystyna Śliwińska, Narzędzia i techniki komunikacji marketingowej XXI wieku, Wolters Kluwer Polska, 2011</p> <p><u>LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:</u></p> <p>[1] Andrzej Limański, Ireneusz Drabik, Marketing międzynarodowy, Difin, 2010</p> |
| OPIEKUN PRZEDMIOTU (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL) |
| Adam Dzikowski, adam.dzikowski@pwr.wroc.pl |

MACIERZ POWIĄZANIA EFEKTÓW KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU
E-marketing
Z EFEKTAMI KSZTAŁCENIA NA KIERUNKU Zarządzanie
I SPECJALNOŚCI Technologie informacyjne w zarządzaniu

| 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) | S2_TIZ_W01 | C1 | Wy1-Wy2, Wy7 | N1, N2, N3 |
| PEK_W02 | S2_TIZ_W01 | C1 | Wy3-Wy8 | N1, N2, N3 |
| PEK_U01 (umiejętności) | S2_TIZ_U01 | C2 | Ćw1-Ćw8 | N4, N5, N6 |
| PEK_U02 | S2_TIZ_U01 | C2 | Ćw1-Ćw8 | N4, N5, N6 |
| PEK_K01 (kompetencje) | K2_ZARZ_K06 K2_ZARZ_K09 | C1, C2 | Wy7, Ćw7-Ćw8 | N1, N2, N3, N4, N5, N6 |

** - wpisać symbole kierunkowych/specjalnościowych efektów kształcenia

*** - z tabeli powyżej