

# E-commerce

## OPISY PRZEDMIOTÓW

Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Analityka Internetowa w E-commerce (LAB)</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: 2		Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>		
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
Wymiar zajęć			12				
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest przedstawienie działania online-owych narzędzi do zbierania i analizy danych, ze szczególnym uwzględnieniem Google Analytics					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 Zna i potrafi zdefiniować pojęcie analityka internetowa oraz wymienić i opisać sposoby optymalizacji procesu zakupowego i konwersji			SP_W01 SP_W11			
Umiejętności	02 Potrafi założyć i skonfigurować online-owe narzędzie do zbierania i analizy danych			SP_U02			
	03 Potrafi zdefiniować pojęcie KPI oraz wskazać współczynniki sukcesu dedykowane e-commerce			SP_U03			
Kompetencje społeczne	04 Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem działalności e-commerce			SP_K03			
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia laboratoryjne						<b>12</b>	
1. Wprowadzenie do analityki internetowej						1	
2. 5 elementów skutecznej analityki internetowej						1	
3. optymalizacja konwersji						1	
4. optymalizacja procesu zakupowego						1	
5. wyznaczenie kluczowych współczynników sukcesu dedykowanych e-commerce						1	
6. Google Analytics - zbieranie i analiza danych						7	
Metody kształcenia	Prezentacje multimedialne, laboratoryjne ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, opracowanie projektu						
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusu	
	• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)					01, 02, 03, 04	
• Projekt					01, 02, 03, 04		

Forma i warunki zaliczenia	Przy wystawianiu oceny oprócz projektu związanego z treścią laboratoryjnych ćwiczeń, brane pod uwagę będą również: aktywność na zajęciach, w tym udział w dyskusjach, traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.
Literatura podstawowa	Zastrożna M., Google Analytics dla marketingowców, Helion Kaushika A., Web Analytics: An Hour A Day,
Literatura uzupełniająca	Dykes B., Want to be a Web Analytics Action Hero?
<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	12
Udział w konsultacjach	10
Przygotowanie się do zajęć	25
Studiowanie literatury	35
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	18
Inne	
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>	<b>100</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>4</b>

Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Aspekty prawne w E-commerce</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: 1			Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>	
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		8				
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest przedstawienie aspektów prawnych związanych z e-commerce					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 Zna i potrafi omówić aspekty prawne związane z funkcjonowaniem e-commerce				SP_W05		
Umiejętności	02 Potrafi identyfikować i rozwiązywać problemy prawne w obrębie procesów zarządzania e-commerce				SP_U03 SP_U04		
Kompetencje społeczne	03 Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy prawne związane z wykonywaniem działalności e-commerce				SP_K03		
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia						8	
1. Podstawowe źródła prawa regulujące handel elektroniczny (e-commerce) oraz prowadzenie działalności gospodarczej w aspekcie e-commerce						1	
2. Tworzenie regulaminu sklepu w sposób zgodny z przepisami chroniącymi konsumentów i przepisami antymonopolowymi						1	
3. Zagadnienia prawne dotyczące e-mail marketingu, wysyłanie newsletter						1	
4. Klauzule niedozwolone (abuzywne), konsekwencje prawne zastosowania klauzul niedozwolonych (abuzywnych) – postępowanie przed sądem antymonopolowym						1	
5. Polityka prywatności i obowiązki wynikające z przetwarzania danych osobowych						1	
6. Obowiązki wynikające z posiadania sklepu internetowego - polityka cookies, zgłoszenie bazy danych osobowych do GIODO, konieczność stosowania certyfikatów SSL						1	
7. Prawo konsumenckie mające zastosowanie w e-commerce						1	
8. Proces reklamacji i zwrotów						1	
Metody kształcenia		ćwiczenia z prezentacjami multimedialnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, analiza tekstów z dyskusją, studia przypadków					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusu	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolokwium – zaliczenie pisemne</li> <li>• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> </ul>				01, 02, 03 01, 02, 03	
Forma i warunki zaliczenia		Przy wystawianiu oceny oprócz pisemnego kolokwium brane pod uwagę będą również: praca w grupach i aktywność studenta na zajęciach traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.					
Literatura podstawowa		Dobkowski M., Prawne aspekty sprzedaży w Internecie, Komercyjnie.pl,					

	Warszawa 2013 Chudzik M., Frań A., Grzywacz A., Korus K., Spyra M., Prawo handlu elektronicznego, 2005	
Literatura uzupełniająca	Podrecki P. (red.), Prawo Internetu, LexisNexis, 2006	
	<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>	
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne		8
Udział w konsultacjach		10
Przygotowanie się do zajęć		15
Studiowanie literatury		25
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia		17
Inne		
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>		<b>75</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>		<b>3</b>

Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Automatyzacja procesów w e-commerce</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: <b>2</b>			Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>	
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć			<b>6</b>			
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest zapoznanie studentów z automatyzacją procesów e-commerce i jej problemami					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 Zna procesy logistyczne wykorzystywane w e-commerce ze szczególnym uwzględnieniem ich automatyzacji				SP_W10		
Umiejętności	02 Potrafi omówić zasady zarządzania ofertą i cenami oraz przedstawić zasady sprawnej obsługi zamówień				SP_U08 SP_U03		
Kompetencje społeczne	03 Jest przygotowany do aktywnego uczestnictwa w poprzez udział w dyskusji, przedstawia swoje stanowisko związane z automatyzacją procesów e-commerce				SP_K01		
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia						6	
1. Zarządzanie ofertą						1	
2. Zarządzanie cenami						1	
3. Zamówienia – sprawna obsługa zamówień						1	
4. Automatyzacja w obszarze obsługi klienta						2	
5. Automatyzacja procesów logistycznych w e-commerce						1	
Metody kształcenia		Prezentacje multimedialne, laboratoryjne ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, opracowanie projektu					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusa	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> <li>• Projekt</li> </ul>				01, 02, 03 01, 02, 03	
Forma i warunki zaliczenia		Przy wystawianiu oceny oprócz projektu związanego z treścią laboratoryjnych ćwiczeń, brane pod uwagę będą również: aktywność na zajęciach, w tym udział w dyskusjach, traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.					
Literatura podstawowa		Gregor B., Stawiszyński M., <i>E-Commerce</i> , Oficyna Wyd. Branta, 2002 Majewski P., <i>Czas na e-biznes</i> , Onepress 2007					
Literatura uzupełniająca		Szpringer W., <i>Prowadzenie działalności gospodarczej w Internecie</i> , Wydawnictwo Diffin, Warszawa 2005					

<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	6
Udział w konsultacjach	10
Przygotowanie się do zajęć	5
Studiowanie literatury	15
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	14
Inne	
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>	<b>50</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>2</b>

Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Budowa e-sklepu - fundamenty</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: 1		Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>		
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		8				
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest zapoznanie studentów z możliwościami założenia e-sklepu wykorzystując domeny internetowe, serwery dedykowane i hostingi					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 Zna i wymienia dostawców oferujących rejestrację domen internetowych, charakteryzuje i opisuje różnego rodzaju domeny internetowe				SP_W06		
Umiejętności	02 Potrafi wskazać dostawców usług hostingowych, scharakteryzować i wybrać najkorzystniejszą ofertę dostawcy z uwzględnieniem opcji zarządzania i funkcjonalności hostingu uwzględniając systemy e-commerce 03 Potrafi przygotować strukturę organizacji informacji w serwisie, wskazać główne aspekty w przygotowaniu poprawnej struktury, rozplanować strukturę w ramach modułowej budowy systemów e-commerce				SP_U06 SP_U03  SP_U06 SP_U03		
Kompetencje społeczne	04 Student jest kreatywny w rozwiązywaniu problemów dotyczących budowy e-sklepu				SP_K02		
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia						8	
1. Domeny internetowe jako sposób wyróżnienia własnego e-sklepu						1	
2. Hosting i serwery dedykowane						2	
3. Struktura informacji i ich wykorzystanie w budowie użyteczności stron www						2	
4. Modułowość systemów e-commerce						1	
5. Znaczenie indywidualnej grafiki i layoutu sklepu internetowego						2	
Metody kształcenia		ćwiczenia z prezentacjami multimedialnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, analiza tekstów z dyskusją, studia przypadków					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusu	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolokwium – zaliczenie pisemne</li> <li>• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> </ul>				01, 02, 03, 04 01, 02, 03, 04	

Forma i warunki zaliczenia	Przy wystawianiu oceny oprócz pisemnego kolokwium brane pod uwagę będą również: praca w grupach i aktywność studenta na zajęciach traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.	
Literatura podstawowa	Kyciak W., Przeliorz K., <i>Jak założyć skuteczny i dochodowy sklep internetowy</i> , Helion, 2006	
Literatura uzupełniająca	Afuah A., Tucci Ch., <i>Biznes internetowy - strategie i modele</i> , Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2003	
<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>		
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	8	
Udział w konsultacjach	10	
Przygotowanie się do zajęć	15	
Studiowanie literatury	22	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	20	
Inne		
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>	<b>75</b>	
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>3</b>	



Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>E-mail marketing (LAB)</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: 2		Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>		
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć			8			
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest przedstawienie działań e-marketingowych ze szczególnym uwzględnieniem e-mail marketingu					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 Zna, wskazuje i charakteryzuje parametry istotne w kontekście pomiaru skuteczności działań e-mail marketingowych				SP_W03 SP_W08		
Umiejętności	02 Potrafi założyć konto na internetowej platformie służącej do przygotowywania, wysyłek oraz pomiarów skuteczności kampanii e-mail marketingowych oraz zaplanować i skonfigurować własną kampanię e-mail marketingową przy użyciu szablonu graficznego wiadomości				SP_U03 SP_U02		
Kompetencje społeczne	03 Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z e-mail marketingiem				SP_K03		
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia laboratoryjne						8	
1. E-mail marketing vs SPAM – istota permission marketing-u						1	
2. Budowanie bazy subskrybentów						1	
3. Newslettery – rola edukacji i dbania o relacje z klientami						1	
4. Mailingi – 10 złotych zasad skutecznych mailer-ów						1	
5. Mailingi do zewnętrznych baz – na co zwracać uwagę przy wyborze dostawców baz						1	
6. Co analizować i w jakim celu?						1	
7. Narzędzia do wysyłek – przykłady polskich i zagranicznych platform						1	
8. Na co zwracać uwagę przy zleceniu działania agencji zajmującej się e-mail marketingiem						1	
Metody kształcenia		Prezentacje multimedialne, laboratoryjne ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, opracowanie projektu					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusu	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> </ul>				01, 02, 03 01, 02, 03	

	• Projekt	
Forma i warunki zaliczenia	Przy wystawianiu oceny oprócz projektu związanego z treścią laboratoryjnych ćwiczeń, brane pod uwagę będą również: aktywność na zajęciach, w tym udział w dyskusjach, traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.	
Literatura podstawowa	Krupa P., Ossowski M., <i>E-mail marketing. 10 wykładów o skutecznej promocji w sieci</i> , Helion SA, 2013	
Literatura uzupełniająca	Królewski J., Sala P., <i>E-mail marketing</i> , PWN, 2013	
<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>		
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne		8
Udział w konsultacjach		10
Przygotowanie się do zajęć		10
Studiowanie literatury		12
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia		10
Inne		
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>		<b>50</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>		<b>2</b>

Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Geneza i rozwój handlu elektronicznego</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: 1		Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>		
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		4				
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest zapoznanie studentów z możliwościami wykorzystania technologii informatycznych w działalności firm do prowadzenia handlu elektronicznego (e-commerce)					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 ma wiedzę pozwalającą zrozumieć podstawowe procesy zachodzące w e-commerce (handlu elektronicznym), zna ich strukturę i dynamikę, podstawowe prawa i mechanizmy funkcjonowania przedsiębiorstw e-commerce ze szczególnym uwzględnieniem zarządzania systemami handlu internetowego, zastosowania ich w przedsiębiorstwach i dotyczącymi istoty, prawidłowości i problemów funkcjonowania przedsiębiorstw e-commerce, w tym pozyskiwania środków finansowych				SP_W01 SP_W11 SP_W07 SP_W04		
Umiejętności	02 identyfikowania i oceny bieżących problemów działalności e-commerce, z uwzględnieniem aspektów finansowo-prawnych działalności handlowej w Internecie				SP_U01 SP_U03		
Kompetencje społeczne	03 prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem działalności e-commerce				SP_K03		
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia						4	
1. Handel elektroniczny – istota i podstawowe pojęcia						1	
2. Główne narzędzia e-commerce						1	
3. Powiązania handlu elektronicznego (e-commerce) oraz e-biznesu						1	
4. Kierunki rozwoju handlu elektronicznego w Polsce i na świecie						1	
Metody kształcenia		ćwiczenia z prezentacjami multimedialnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, analiza tekstów z dyskusją, studia przypadków					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusu	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolokwium – zaliczenie pisemne</li> <li>• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> </ul>				01, 02, 03 01, 02, 03	
Forma i warunki zaliczenia		Przy wystawianiu oceny oprócz pisemnego kolokwium brane pod uwagę będą również: praca w grupach i aktywność studenta na zajęciach traktowane jako					

	zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.	
Literatura podstawowa	Gregor B., Stawiszyński M., <i>e-Commerce</i> , Oficyna wydawnicza Branta, Bydgoszcz – Łódź 2002	
Literatura uzupełniająca	Morris M., <i>E-biznes</i> , Wydawnictwo Komunikacji i Łączności, Warszawa 2001 Kohler T.R., Best R.B., <i>Electronic Commerce. Koncepcje, realizacje i wykorzystanie w przedsiębiorstwie</i> , CeDeWu, Warszawa 2001	
	<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>	
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne		4
Udział w konsultacjach		10
Przygotowanie się do zajęć		2
Studiowanie literatury		5
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia		4
Inne		
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>		<b>25</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>		<b>1</b>

Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Liderzy E-commerce w Polsce i na Świecie</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: 1			Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>	
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		4				
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest przedstawienie głównych firm działających na rynku e-commerce zarówno w Polsce jak i na świecie					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 ma wiedzę pozwalającą zrozumieć podstawowe procesy zachodzące w e-commerce (handlu elektronicznym), zna ich strukturę i dynamikę, podstawowe prawa i mechanizmy funkcjonowania przedsiębiorstw e-commerce ze szczególnym uwzględnieniem zarządzania systemami handlu internetowego, zastosowania ich w przedsiębiorstwach i dotyczącymi istoty, prawidłowości i problemów funkcjonowania przedsiębiorstw e-commerce, w tym pozyskiwania środków finansowych 02 zna i rozumie wpływ oddziaływania otoczenia zewnętrznego na działalność przedsiębiorstwa e-commerce, stosowanie w przedsiębiorstwie właściwej strategii zarządzania oraz kierunki rozwoju przedsiębiorstwa handlu internetowego, uwzględniając ryzyko prowadzenia działalności i właściwe bezpieczeństwo				SP_W01 SP_W11 SP_W07 SP_W04  SP_W04 SP_W11		
Umiejętności	03 identyfikowania i oceny bieżących problemów działalności e-commerce, z uwzględnieniem aspektów finansowo-prawnych działalności handlowej w Internecie, w Polsce i na świecie				SP_U01 SP_U03 SP_U05		
Kompetencje społeczne	04 jest przygotowany do aktywnego uczestnictwa w grupach - współpracuje w grupie, dyskutuje, przedstawia swoje stanowisko związane z przedsiębiorstwem handlu internetowego				SP_K01		
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia						4	
1. Przedstawienie głównych „graczy” na rynku e-commerce w Polsce i podejmowane przez nich kierunki rozwoju						2	
2. Przedstawienie głównych „graczy” na rynku e-commerce na świecie i podejmowane przez nich kierunki rozwoju						2	
Metody kształcenia			ćwiczenia z prezentacjami multimedialnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, analiza tekstów z dyskusją, studia przypadków				

Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolokwium – zaliczenie pisemne</li> <li>• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> </ul>	01, 02, 03 01, 02, 03, 04
Forma i warunki zaliczenia	Przy wystawianiu oceny oprócz pisemnego kolokwium brane pod uwagę będą również: praca w grupach i aktywność studenta na zajęciach traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.	
Literatura podstawowa	Raporty branżowe wyspecjalizowanych firm (np. Gemius, InternetStandard itp.) dotyczące rynku e-commerce w Polsce i na świecie	
Literatura uzupełniająca	-	
<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>		
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	4	
Udział w konsultacjach	10	
Przygotowanie się do zajęć	2	
Studiowanie literatury	5	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	4	
Inne		
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>	<b>25</b>	
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>1</b>	

Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Logistyka w sklepach internetowych</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: 1			Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>	
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		12				
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest przedstawienie zastosowania logistyki w sklepach internetowych					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 zna i charakteryzuje sposoby zaopatrzenia e-sklepu oraz sposoby dostaw fizycznych przesyłek do klientów				SP_W10		
Umiejętności	02 wskazuje elementy logistyki w e-commerce istotne z punktu widzenia e-konsumentów				SP_U08		
Kompetencje społeczne	03 cechuje się kreatywnością w rozwiązywaniu problemów występujących w e-handlu związanych z logistyką w sklepach internetowych				SP_K02		
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia						12	
1. Definicja logistyki w kontekście sklepu internetowego						1	
2. Organizacja zaopatrzenia z uwagi na miejsce magazynowania towaru (dropshipping, just in time, własne magazyny)						2	
3. Gospodarka magazynowa i dokumenty magazynowe dedykowane e-commerce						2	
4. Oczekiwania e-konsumentów w kontekście informacji na temat stanów magazynowych i organizacji dostaw						1	
5. Opcje dostaw w zależności od wybranego kontrahenta: odbiór osobisty, kurier, dostawa do punktu odbioru						2	
6. Automatyzacja procesów logistycznych – co „można” a co „należy” automatyzować						2	
7. Na co zwracać uwagę podejmując współpracę z polskimi i zagranicznymi operatorami logistycznymi: Poczta Polska, Kurierzy, pośrednicy dostaw – agregatorzy, Paczkomaty?						2	
Metody kształcenia		ćwiczenia z prezentacjami multimedialnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, analiza tekstów z dyskusją, studia przypadków					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusu	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolokwium – zaliczenie pisemne</li> <li>• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> </ul>				01, 02, 03 01, 02, 03	
Forma i warunki zaliczenia		Przy wystawianiu oceny oprócz pisemnego kolokwium brane pod uwagę będą również: praca w grupach i aktywność studenta na zajęciach traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.					
Literatura podstawowa		<i>E-logistyka</i> , red. Wiczerzycki W., PWE, 2011					

Literatura uzupełniająca	Feldy M., <i>Sklepy internetowe. Jak złapać w sieci e-konsumentki i e-konsumentów</i> , Wolters Kluwer, 2012	
	<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>	
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne		12
Udział w konsultacjach		10
Przygotowanie się do zajęć		20
Studiowanie literatury		15
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia		18
Inne		
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>		<b>75</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>		<b>3</b>



Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>M-commerce</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: <b>2</b>		Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>		
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		<b>8</b>				
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest zapoznanie studentów z możliwościami wykorzystania technologii informatycznych w działalności firm do prowadzenia mobilnego handlu elektronicznego (m-commerce)					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 ma wiedzę pozwalającą korzystać z innowacyjnych rozwiązań wspomagających prowadzenie działalności e-commerce, właściwą selekcję rozwiązań technologicznych z uwzględnieniem bezpieczeństwa i realizowanych celów				SP_W04 SP_W11		
Umiejętności	02 zastosowania właściwych metod i narzędzi do realizacji zadań oraz rozwiązywania problemów a także promocji związanych z działalnością e-commerce z zastosowaniem modeli wykorzystania Internetu w działalności e-handlowej, tworzenia i wdrażania platformy portali i sklepów internetowych, budowania systemów elektronicznej wymiany danych i dokumentów				SP_U04 SP_U01		
Kompetencje społeczne	03 prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem działalności e-commerce				SP_K03		
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia						<b>8</b>	
1. Mobilny handel elektroniczny – istota i podstawowe pojęcia oraz stan obecny rozwoju w Polsce i na świecie						1	
2. Rola sieci bezprzewodowych LAN i 3G/4G w rozwoju m-commerce						1	
3. Aplikacje związane z funkcjonowaniem m-commerce						2	
4. Zarządzanie usługami mobilnymi, rozwój kontentu i jego dystrybucja na urządzenia mobilne						2	
5. Wyzwania związane z implementacją m-commerce						1	
6. Kierunki rozwoju mobilnego handlu elektronicznego w Polsce i na świecie						1	
Metody kształcenia		ćwiczenia z prezentacjami multimedialnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, analiza tekstów z dyskusją, studia przypadków					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusa	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolokwium – zaliczenie pisemne</li> <li>• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> </ul>				01, 02, 03 01, 02, 03	
Forma i warunki zaliczenia		Przy wystawianiu oceny oprócz pisemnego kolokwium brane pod uwagę będą					

	również: praca w grupach i aktywność studenta na zajęciach traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.	
Literatura podstawowa	Niedźwiedziński M., <i>Globalny handel elektroniczny</i> , PWN, Warszawa 2004	
Literatura uzupełniająca	Raport „Mobile commerce w Polsce 2013”	
	<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>	
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne		8
Udział w konsultacjach		10
Przygotowanie się do zajęć		10
Studiowanie literatury		12
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia		10
Inne		
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>		<b>50</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>		<b>2</b>

Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Media społecznościowe w zarządzaniu marketingiem przedsiębiorstwa (LAB)</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: <b>2</b>			Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>	
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć			<b>8</b>			
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest zapoznanie studentów z możliwościami wykorzystania mediów społecznościowych w zarządzaniu marketingiem przedsiębiorstwa					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 Definiuje cele i zakres działania mediów społecznościowych				SP_W01 SP_W08		
	02 Opisuje podstawowe kategorie MS				SP_W01 SP_W08		
	03 Wyjaśnia cele i instrumenty działania MS				SP_W01 SP_W08		
Umiejętności	04 Potrafi dokonać wyboru odpowiednich MS do profilu działalności firmy				SP_U07		
Kompetencje społeczne	05 Potrafi przedstawić swoje stanowisko związane z MS				SP_K01		
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia						8	
1. Media społecznościowe. Zakres przedmiotu, główne problemy i zagadnienia						1	
2. Rodzaje mediów społecznościowych						1	
3. Funkcje i cele MS						1	
4. Metodyka wykorzystania MS w działaniach przedsiębiorstwa						2	
5. Największe MS na świecie						1	
6. Skuteczność komunikacji poprzez MS						2	
Metody kształcenia		Prezentacje multimedialne, laboratoryjne ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, opracowanie projektu					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusa	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> <li>• Projekt</li> </ul>				01, 02, 03, 04, 05 01, 02, 03, 04, 05	

Forma i warunki zaliczenia	Przy wystawianiu oceny oprócz projektu związanego z treścią laboratoryjnych ćwiczeń, brane pod uwagę będą również: aktywność na zajęciach, w tym udział w dyskusjach, traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.
Literatura podstawowa	Deckers E., Falls J., <i>Media społecznościowe bez ściemy. Jak kreować markę</i> , One Press, Helion, 2012 Mac A., <i>E-przyjaciele. Zobacz, co media społecznościowe mogą zrobić dla Twojej firmy</i> , One Press, Helion, 2011
Literatura uzupełniająca	Evans L., <i>Social media marketing: odkryj potencjał Facebooka, Twittera i innych portali społecznościowych</i> , Helion, Gliwice 2011 Darren Barefoot, Szabo Julie, <i>Znajomi na wagę złota. Podstawy marketingu w mediach społecznościowych</i> , tłum. J. Andrusiewicz, Oficyna Wolters Kluwer bussines, Warszawa 2011
<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	8
Udział w konsultacjach	10
Przygotowanie się do zajęć	10
Studiowanie literatury	12
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	10
Inne	
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>	<b>50</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>2</b>

Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Modele biznesowe w Internecie</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: 1		Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>		
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		4				
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest przedstawienie głównych rozwiązań oraz modeli biznesowych firm wykorzystujących sieć internetową w swojej działalności					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>				<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>			
Wiedza	01 ma wiedzę pozwalającą korzystać z innowacyjnych rozwiązań wspomagających prowadzenie działalności e-commerce, właściwą selekcję rozwiązań technologicznych z uwzględnieniem bezpieczeństwa i realizowanych celów			SP_W04 SP_W11			
Umiejętności	02 zastosowania właściwych metod i narzędzi do realizacji zadań oraz rozwiązywania problemów a także promocji związanych z działalnością e-commerce z zastosowaniem modeli wykorzystania Internetu w działalności e-handlowej, tworzenia i wdrażania platformy portali i sklepów internetowych, budowania systemów elektronicznej wymiany danych i dokumentów			SP_U04 SP_U01			
Kompetencje społeczne	03 jest przygotowany do aktywnego uczestnictwa w grupach - współpracuje w grupie, dyskutuje, przedstawia swoje stanowisko związane z przedsiębiorstwem handlu internetowego			SP_K01			
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia						4	
1. Internet w modelach biznesowych tradycyjnych sektorów gospodarki						1	
2. Modele biznesowe firm internetowych						1	
3. Kierunki zmian modeli biznesowych w Internecie						2	
Metody kształcenia		ćwiczenia z prezentacjami multimedialnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, analiza tekstów z dyskusją, studia przypadków					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusa	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolokwium – zaliczenie pisemne</li> <li>• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> </ul>				01, 02 01, 02, 03	
Forma i warunki zaliczenia		Przy wystawianiu oceny oprócz pisemnego kolokwium brane pod uwagę będą również: praca w grupach i aktywność studenta na zajęciach traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.					
Literatura podstawowa		Osterwalder A., Pigneur Y., <i>Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera</i> , Helion, Gliwice 2012					

Literatura uzupełniająca	Raport. Modele biznesowe w Internecie, Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji 2012
<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	4
Udział w konsultacjach	10
Przygotowanie się do zajęć	2
Studiowanie literatury	5
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	4
Inne	
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>	<b>25</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>1</b>

Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Oprogramowanie E-commerce (LAB)</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: 1			Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>	
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć			18			
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest przedstawienie: dostępnych oprogramowań do prowadzenia e-sklepu, wybór metod zakupu tego oprogramowania oraz proces zakładania i prowadzenia własnego e-sklepu					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 zna i charakteryzuje dostępne oprogramowania do prowadzenia e-sklepu oraz modele zakupu oprogramowania e-sklepu			SP_W07			
Umiejętności	02 potrafi założyć i dokonać wstępnej konfiguracji własnego sklepu internetowego			SP_U03			
Kompetencje społeczne	03 identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z zakupem oprogramowania do prowadzenia e-sklepu oraz prowadzeniem własnego e-sklepu			SP_K03			
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia laboratoryjne						18	
1. Cechy oprogramowania do prowadzenia sklepów						1	
2. Modele zakupu oprogramowania dla e-commerce						1	
3. Oprogramowanie typu Open Source – wady i zalety						1	
4. Licencje typu BOX - wersje pudełkowe						1	
5. Dzierżawa oprogramowania - model usługowy (SaaS)						2	
6. Sklepy internetowe „szyte na miarę” – indywidualne wdrożenia						2	
7. Proces zakładania oraz prowadzenia własnego e-sklepu na wybranej platformie						10	
Metody kształcenia		Prezentacje multimedialne, laboratoryjne ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, opracowanie projektu					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusu	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> <li>• Projekt</li> </ul>				01, 02, 03 01, 02, 03	
Forma i warunki zaliczenia		Przy wystawianiu oceny oprócz projektu związanego z treścią laboratoryjnych ćwiczeń, brane pod uwagę będą również: aktywność na zajęciach, w tym udział w dyskusjach, traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.					

Literatura podstawowa	Karwatka P. i inni, <i>Technologia w e-commerce, Teoria i praktyka. Poradnik menedżera</i> , Helion 2013 Ullman G., <i>E-commerce. Genialnie proste tworzenie serwisów w PHP i MySQL</i> , Helion 2011
Literatura uzupełniająca	Kępa L., Tomasiak P., Dobrzyński S., <i>Bezpieczeństwo systemu e-commerce, czyli jak bez ryzyka prowadzić biznes w Internecie</i> , Helion 2012
<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	18
Udział w konsultacjach	10
Przygotowanie się do zajęć	30
Studiowanie literatury	35
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	32
Inne	
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>	<b>125</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>5</b>



Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Pozycjonowanie stron WWW (LAB)</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: <b>2</b>		Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>		
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć			<b>8</b>			
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest przedstawienie aspektów związanych z pozycjonowaniem stron www					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 Wie w jaki sposób pozycjonować strony WWW				SP_W09		
Umiejętności	02 Rozwiązuje problemy w obrębie pozycjonowania stron WWW				SP_U03		
Kompetencje społeczne	03 Określa priorytety służące pozycjonowaniu stron WWW				SP_K02		
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia						<b>8</b>	
1.Reklama w wyszukiwarkach internetowych						1	
2.Komponent tekstowy, odnośników i popularności						1	
2.Reklama kontekstowa						1	
4.Narzędzia dla webmasterów, analizy danych i statystyki dla potrzeb promocji sklepu w Internecie						1	
5.Użyteczność serwisów internetowych: metody pozycjonowania w praktyce dotyczące rozpoznawalności firmy w sieci poprzez skuteczne pozycjonowanie						4	
Metody kształcenia		Prezentacje multimedialne, laboratoryjne ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, opracowanie projektu					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusu	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> <li>• Projekt</li> </ul>				01, 02, 03 01, 02, 03	
Forma i warunki zaliczenia		Przy wystawianiu oceny oprócz projektu związanego z treścią laboratoryjnych ćwiczeń, brane pod uwagę będą również: aktywność na zajęciach, w tym udział w dyskusjach, traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.					
Literatura podstawowa		Thurow S., <i>Pozycjonowanie w wyszukiwarkach internetowych</i> , Helion, 2008 Kasperski M., Boguska-Torbacz A., <i>Projektowanie stron WWW. Użyteczność w praktyce</i> , Helion 2008					
Literatura uzupełniająca		Kotyra D., <i>Tajniki pozycjonowania stron WWW</i> , „Mag. Internet” 2004, nr 2, s. 42-49					

	Frontczak T., <i>Marketing internetowy w wyszukiwarkach</i> , Helion, 2006 Grappone J., Couzin G., <i>Godzina dziennie z SEO</i> , Helion 2008
	<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	8
Udział w konsultacjach	10
Przygotowanie się do zajęć	10
Studiowanie literatury	12
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	10
Inne	
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>	<b>50</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>2</b>

Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Realizacja procesów płatności</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: 1		Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>		
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		4				
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest przedstawienie procesów płatności możliwych w e-commerce					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 zna istotę, opisuje i wyjaśnia podstawowe procesy płatności w e-commerce			SP_W01 SP_W11			
Umiejętności	02 Ocenia i dokonuje wyboru najlepszych rozwiązań w zakresie płatności w e-commerce			SP_U03			
Kompetencje społeczne	03 Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem płatności w e-sklepach			SP_K03			
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia						4	
1. Płatności i obsługa klienta						2	
2. Systemy płatności on-line						2	
Metody kształcenia		ćwiczenia z prezentacjami multimedialnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, analiza tekstów z dyskusją, studia przypadków					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusu	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolokwium – zaliczenie pisemne</li> <li>• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> </ul>				01, 02, 03 01, 02, 03	
Forma i warunki zaliczenia		Przy wystawianiu oceny oprócz pisemnego kolokwium brane pod uwagę będą również: praca w grupach i aktywność studenta na zajęciach traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.					
Literatura podstawowa		Krawatka P. i inni, <i>Technologia w e-commerce, Teoria i praktyka. Poradnik menedżera</i> , Helion 2013 Chinowski B., <i>Elektroniczne metody płatności. Istota, rozwój, prognoza</i> , Komisja Nadzoru Finansowego, 2013					
Literatura uzupełniająca		Banasikowska J., <i>Rodzaje płatności i systemy płatności na rynku elektronicznym</i> , <a href="http://www.swo.ae.katowice.pl/_pdf/127.pdf">http://www.swo.ae.katowice.pl/_pdf/127.pdf</a> Polasik M., Maciejewski K., <i>Innowacyjne usługi płatnicze w Polsce i na świecie</i> , „Materiały i studia” nr 241, NBP, Warszawa 2009					
<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>							
						Liczba godzin	

Zajęcia dydaktyczne	4
Udział w konsultacjach	10
Przygotowanie się do zajęć	2
Studiowanie literatury	5
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	4
Inne	
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>	<b>25</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>1</b>

Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Rynek E-commerce w Polsce</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: 1			Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>	
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		4				

Koordinator przedmiotu / modułu	Według przydziału czynności
Prowadzący zajęcia	Według przydziału czynności
Cel przedmiotu / modułu	Celem procesu dydaktycznego jest przedstawienie poziomu oraz kierunków rozwoju rynku e-commerce w Polsce

EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu
Wiedza	01 ma wiedzę pozwalającą zrozumieć podstawowe procesy zachodzące w e-commerce (handlu elektronicznym), zna ich strukturę i dynamikę, podstawowe prawa i mechanizmy funkcjonowania przedsiębiorstw e-commerce ze szczególnym uwzględnieniem zarządzania systemami handlu internetowego, zastosowania ich w przedsiębiorstwach i dotyczącymi istoty, prawidłowości i problemów funkcjonowania przedsiębiorstw e-commerce, w tym pozyskiwania środków finansowych 02 zna i rozumie wpływ oddziaływania otoczenia zewnętrznego na działalność przedsiębiorstwa e-commerce, stosowanie w przedsiębiorstwie właściwej strategii zarządzania oraz kierunki rozwoju przedsiębiorstwa handlu internetowego, uwzględniając ryzyko prowadzenia działalności i właściwe bezpieczeństwo	SP_W01 SP_W11 SP_W07 SP_W04  SP_W04 SP_W11
Umiejętności	03 identyfikowania i oceny bieżących problemów działalności e-commerce, z uwzględnieniem aspektów finansowo-prawnych działalności handlowej w Internecie	SP_U01 SP_U03
Kompetencje społeczne	04 jest przygotowany do aktywnego uczestnictwa w grupach - współpracuje w grupie, dyskutuje, przedstawia swoje stanowisko związane z przedsiębiorstwem handlu internetowego	SP_K01

TREŚCI PROGRAMOWE		Liczba godzin
Forma zajęć – ćwiczenia		4
1. Poziom rozwoju rynku e-commerce w Polsce w poszczególnych sektorach gospodarki		2
2. Zakładane kierunki rozwoju rynku e-commerce w Polsce		2
Metody kształcenia	ćwiczenia z prezentacjami multimedialnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, analiza tekstów z dyskusją, studia przypadków	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusa
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kolokwium – zaliczenie pisemne</li> <li>Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> </ul>	01, 02, 03 01, 02, 03, 04

Forma i warunki zaliczenia	Przy wystawianiu oceny oprócz pisemnego kolokwium brane pod uwagę będą również: praca w grupach i aktywność studenta na zajęciach traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.	
Literatura podstawowa	Raporty branżowe wyspecjalizowanych firm (np. Gemius, InternetStandard itp.) dotyczące rynku e-commerce w Polsce	
Literatura uzupełniająca	-	
<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>		
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	4	
Udział w konsultacjach	10	
Przygotowanie się do zajęć	2	
Studiowanie literatury	5	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	4	
Inne		
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>	<b>25</b>	
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>1</b>	

Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Seminarium dyplomowe</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: 2		Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>		
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć					10	
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest zapoznanie studentów z metodologią pisania prac dyplomowych oraz przygotowanie do obrony pracy dyplomowej					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 wyjaśnia podstawowe pojęcia z dziedziny e-commerce i metodologii pracy naukowej w ramach wybranego zagadnienia e-commerce oraz zna etyczne aspekty pisania pracy dyplomowej z e-commerce – ryzyko i konsekwencje popełnienia plagiatu			SP_W01 SP_W02 SP_W03 SP_W04 SP_W05 SP_W06 SP_W07 SP_W08 SP_W09 SP_W10 SP_W11			
Umiejętności	02 potrafi samodzielnie planować i realizować zadania badawcze, posiada umiejętność pisemnego opracowania przeprowadzonych przez siebie badań w dziedzinie e-commerce oraz potrafi korzystać z wyspecjalizowanych narzędzi i technik informacyjnych w celu pozyskiwania i przechowywania danych			SP_U01 SP_U02 SP_U03 SP_U04 SP_U05 SP_U06 SP_U07 SP_U08			
Kompetencje społeczne	03 potrafi pracować indywidualnie i w grupie, cechuje się kreatywnością w rozwiązywaniu problemów występujących w e-handlu oraz rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem działalności e-commerce			SP_K01 SP_K02 SP_K03			
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – seminarium						10	
1. Wymagania formalne stawiane studentom. Poznanie podstawowej problematyki pracy na podstawie piśmiennictwa. Ustalenie celu, przedmiotu i zakresu badań						1	
2. Studiowanie piśmiennictwa. Sprecyzowanie i umiejscowienie problemu w dotychczasowym dorobku wiedzy. Dobór właściwego piśmiennictwa dotyczącego badanego problemu. Etapy zbierania piśmiennictwa. Technika poszukiwania źródeł informacji. Ocena i selekcja zebranych materiałów. Wybór tematu pracy dyplomowej w oparciu o propozycje prowadzącego oraz						2	

studentów		
3. Opracowanie sposobu rozwiązania sposobu badawczego oraz planu pracy		1
4. Uzasadnienie tematu, problem i hipoteza robocza, dobór próby, teren badań. Układ rozdziałów. Wybór i zebranie metod badawczych. Szczegółowa charakterystyka wybranych metod i technik badawczych. Faza koncepcji prowadzenia badań, analizy wyników i wniosków		2
5. Przystąpienie do formalnego pisania pracy dyplomowej. Kryteria oceny pracy dyplomowej – poprawność logiczna, językowa i stylistyczna		1
6. Przedstawienie zawartości wstępu i przeglądu piśmiennictwa oraz kolejnych rozdziałów teoretycznych		1
7. Opracowanie pierwszej wersji całości pracy		1
8. Prezentacja całości pracy magisterskiej. Kryteria oceny (recenzji) pracy dyplomowej		1
Metody kształcenia	analiza tekstów z dyskusją, dyskusja, prezentacja	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)	01, 02, 03
	Projekt (Prezentacja) Praca dyplomowa	01, 02, 03 01, 02, 03
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem zaliczenia seminarium jest napisanie całości pracy dyplomowej i ich prezentacja, aktywność i dyskusja traktowane jak zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację).	
Literatura podstawowa	1. Urban S., Ładoński W., Jak napisać dobrą pracę magisterską, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2001.	
Literatura uzupełniająca	-	
<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>		
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	10	
Udział w konsultacjach	10	
Przygotowanie się do zajęć	10	
Studiowanie literatury	50	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	50	
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	20	
Inne		
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>	<b>150</b>	
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>6</b>	



Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Strategie promocji sprzedaży w E-commerce</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: 2		Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>		
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		12				
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest przedstawienie zasad prowadzenia efektywnej promocji sprzedaży przez Internet					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 zna i charakteryzuje programy lojalnościowe				SP_W08		
Umiejętności	02 wymienia działania wpływające na wzrost wartości koszyka zakupowego w e-commerce				SP_U02		
Kompetencje społeczne	03 przedstawia swoje stanowisko związane ze strategią promocji sprzedaży w e-commerce				SP_K01		
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia						12	
1. Różnice w promocji sprzedaży online i offline						1	
2. Programy lojalnościowe dedykowane sklepom internetowym						2	
3. Personalizacja oferty - silniki rekomendacji						1	
4. Strategie up sellingu w e-commerce						1	
5. Cross selling						2	
6. Rabaty progowe (kwotowe + ilościowe) i kumulacyjne						1	
7. Marketing automation						2	
8. Programy partnerskie						2	
Metody kształcenia		ćwiczenia z prezentacjami multimedialnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, analiza tekstów z dyskusją, studia przypadków					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusu	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolokwium – zaliczenie pisemne</li> <li>• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> </ul>				01, 02, 03 01, 02, 03	
Forma i warunki zaliczenia		Przy wystawianiu oceny oprócz pisemnego kolokwium brane pod uwagę będą również: praca w grupach i aktywność studenta na zajęciach traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.					
Literatura podstawowa		<i>Sklep internetowy od A do Z</i> , red. Bartnik K., Komercyjnie.pl					
Literatura uzupełniająca		Strategie promocyjne w Internecie, <a href="http://manager.nf.pl/strategie-promocyjne-w-internecie">http://manager.nf.pl/strategie-promocyjne-w-internecie</a> , 8898,51					

<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	12
Udział w konsultacjach	10
Przygotowanie się do zajęć	20
Studiowanie literatury	15
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	18
Inne	
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>	<b>75</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>3</b>

Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Technologie wspierające E-commerce</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: 1		Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>		
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		8				
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest zapoznanie studentów z technologią wspierającą e-commerce					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 zna wybrane technologie wykorzystywane do tworzenia aplikacji dla e-commerce oraz podaje przykłady ich zastosowania				SP_W07 SP_W11		
	02 posiada wiedzę oraz charakteryzuje wybrane platformy e-commerce wraz z ich możliwościami i ograniczeniami				SP_W07 SP_W11		
Umiejętności	03 Stosuje przekazaną wiedzę m.in. poprzez umiejętność eksportowania pliku XML dla wybranej porównywarki cen				SP_U03		
Kompetencje społeczne	04 Identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykorzystaniem technologii w działalności e-commerce				SP_K03		
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia						8	
1. Wprowadzenie do technologii wykorzystywanych przy tworzeniu aplikacji dla e-commerce: PHP, CSS, HTML, JS, Ajax, jQuery, MySQL, API, XML						3	
2. Możliwości i ograniczenia dostępnych platform e-commerce						3	
3. Integracja z systemami płatności, kurierami oraz porównywarkami cen						2	
Metody kształcenia			ćwiczenia z prezentacjami multimedialnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, analiza tekstów z dyskusją, studia przypadków				
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusu	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolokwium – zaliczenie pisemne</li> <li>• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> </ul>			01, 02, 03, 04 01, 02, 03, 04	
Forma i warunki zaliczenia			Przy wystawianiu oceny oprócz pisemnego kolokwium brane pod uwagę będą również: praca w grupach i aktywność studenta na zajęciach traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.				
Literatura podstawowa			Karwatka P. i inni, <i>Technologia w e-commerce, Teoria i praktyka. Poradnik menedżera</i> , Helion 2013				
Literatura uzupełniająca			Oleksiejczuk E., Oleksiejczuk A., <i>Rola technologii informacyjnej w zarządzaniu oraz jej wpływ na kształtowanie się społeczeństwa informacyjnego</i> , p-				

	e.up.krakow.pl/article/download/430/317 www.tiger.edu.pl/kolodko/ksiazki/Perminov%20-%20pol.pdf
	<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	8
Udział w konsultacjach	10
Przygotowanie się do zajęć	20
Studiowanie literatury	19
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	18
Inne	
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>	<b>75</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>3</b>

Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Użyteczność sklepów internetowych</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: 1		Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>		
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		6				
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest zapoznanie studentów z funkcjonalnością i użytecznością sklepów internetowych					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 Zna podstawowe funkcjonalności sklepów internetowych oraz podstawy zasad użyteczności sklepów internetowych				SP_W02		
Umiejętności	02 Potrafi zaplanować i przeprowadzić test A/B				SP_U03		
Kompetencje społeczne	03 Cechuje się kreatywnością w rozwiązywaniu problemów związanych z użytecznością sklepów internetowych				SP_K02		
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia						6	
1.Podstawowe funkcjonalności sklepów internetowych						1	
2.Podstawy zasad użyteczności w sklepach internetowych, konwencje użyteczności						1	
3.Planowanie i prowadzenie testów A/B						2	
4.Projektowanie skutecznej karty produktu i użytecznego procesu składania zamówienia						2	
Metody kształcenia		ćwiczenia z prezentacjami multimedialnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, analiza tekstów z dyskusją, studia przypadków					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusu	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolokwium – zaliczenie pisemne</li> <li>• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> </ul>				01, 02, 03 01, 02, 03	
Forma i warunki zaliczenia		Przy wystawianiu oceny oprócz pisemnego kolokwium brane pod uwagę będą również: praca w grupach i aktywność studenta na zajęciach traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.					
Literatura podstawowa		Raport: <i>Użyteczność w Internecie</i> , interaktywnie.com					
Literatura uzupełniająca		Kyciak W., Przeliorz K., <i>Jak założyć skuteczny i dochodowy sklep internetowy</i> , Helion, Gliwice 2006					
<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>							
						Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne		6					
Udział w konsultacjach		10					

Przygotowanie się do zajęć	10
Studiowanie literatury	14
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	10
Inne	
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>	<b>50</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>2</b>

Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Wielokanałowa sprzedaż w sklepach internetowych</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: 2		Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>		
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		12				
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest zapoznanie studentów z różnymi kanałami sprzedażowymi stosowanymi przez współczesne sklepy internetowe.					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 ma wiedzę i rozumie potrzebę doskonalenia praktycznych umiejętności w obszarze kompleksowego zarządzania przedsiębiorstwami e-commerce, w tym budowania strategii biznesowych, nawiązywania i podtrzymywania relacji z klientami i partnerami biznesowymi				SP_W11 SP_W03		
	02 ma wiedzę pozwalającą korzystać z innowacyjnych rozwiązań wspomagających prowadzenie działalności e-commerce, właściwą selekcję rozwiązań technologicznych z uwzględnieniem bezpieczeństwa i realizowanych celów				SP_W04 SP_W11		
Umiejętności	03 stosowania podstawowej wiedzy teoretycznej z zarządzania przedsiębiorstwem e-commerce oraz powiązanych z nią dyscyplin w celu analizowania, diagnozowania i interpretowania zjawisk zachodzących w handlu elektronicznym, a także zarządzania procesami, w tym logistyką w e-handlu, prowadzenia marketingu internetowego i umiejętnego promowania działań handlowych w Internecie oraz skutecznego wykorzystania social commerce				SP_U02 SP_U03 SP_U08 SP_U07		
Kompetencje społeczne	04 określa priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania i cechuje się kreatywnością w rozwiązywaniu problemów występujących w e-handlu				SP_K02		
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia						12	
1. Istota i przyczyny wprowadzania i wykorzystywania wielokanałowej formy sprzedaży oraz potencjalne konflikty w tym obszarze						2	
2. Wykorzystywane kanały sprzedażowe przez firmy internetowe (serwisy aukcyjne, porównywarki cen, zakupy grupowe itp.)						6	
3. Wykorzystywanie serwisów społecznościowych w celach sprzedażowych						2	
4. Wykorzystywanie mobilnej wersji sklepu internetowego						2	
Metody kształcenia			ćwiczenia z prezentacjami multimedialnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, analiza tekstów z dyskusją, studia przypadków				

Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolokwium – zaliczenie pisemne</li> <li>• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> </ul>	01, 02, 03, 04 01, 02, 03, 04
Forma i warunki zaliczenia	Przy wystawianiu oceny oprócz pisemnego kolokwium brane pod uwagę będą również: praca w grupach i aktywność studenta na zajęciach traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.	
Literatura podstawowa	Bonek T., Smaga M., <i>Biznes w Internecie</i> , Wolters Kluwers business, Warszawa 2012	
Literatura uzupełniająca	Zarzycka A., <i>Wielokanałowe systemy dystrybucji</i> , „Marketing i rynek” 2006, nr 5	
<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>		
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	12	
Udział w konsultacjach	10	
Przygotowanie się do zajęć	15	
Studiowanie literatury	20	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	18	
Inne		
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>	<b>75</b>	
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>3</b>	



Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Wprowadzenie do programu reklamowego Google AdWords (LAB)</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: 2			Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>	
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć			14			
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest zapoznanie studentów z programem reklamowym Google AdWords					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 zna i wymienia opcje kierowania reklam w Google AdWords				SP_W07		
	02 zna i charakteryzuje poziomy kampanii reklamowej Google AdWords kierowanej na sieć wyszukiwania Google				SP_W07 SP_W08		
Umiejętności	02 Przedstawia rodzaje formatów reklamowych dostępnych w programie reklamowym Google AdWords				SP_U03 SP_U01		
Kompetencje społeczne	03 Przedstawia swoje stanowisko związane z korzystaniem z Google AdWords				SP_K01		
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia laboratoryjne						14	
1.Reklama internetowa – teoria vs praktyka						1	
2.Pozycja wyszukiwarek internetowych na rynku reklamy on-line						1	
3.Platforma Google AdWords - charakterystyka narzędzia interfejs sieciowy i struktura konta Google AdWords						3	
4.Organizacja konta kampanii reklamowych Google AdWords						1	
5. Sieć wyszukiwania, sieć reklamowa + Remarketing						1	
6.Formaty reklam dostępne w programie reklamowym Google AdWords						1	
7.Praktyczne wykorzystanie Google AdWords						6	
Metody kształcenia		Prezentacje multimedialne, laboratoryjne ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, opracowanie projektu					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusu	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> <li>• Projekt</li> </ul>				01, 02, 03 01, 02, 03	
Forma i warunki zaliczenia		Przy wystawianiu oceny oprócz projektu związanego z treścią laboratoryjnych ćwiczeń, brane pod uwagę będą również: aktywność na zajęciach, w tym udział w dyskusjach, traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.					

Literatura podstawowa	Modrzewski P., <i>Google AdWords w praktyce: skuteczna reklama w Internecie</i> , PWN, Warszawa 2008 Holdren A., <i>Google AdWords. Skuteczna kampania reklamowa w Internecie</i> , Helion 2012 Cutura K., <i>Reklamuj się z Google. Skuteczne rozwiązania i przykłady</i> , Helion 2014
Literatura uzupełniająca	Kobis P., <i>Marketing z Google: jak wejść na pierwszą pozycję: techniki pozycjonowania a spam</i> , PWN, Warszawa 2007
<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	14
Udział w konsultacjach	10
Przygotowanie się do zajęć	25
Studiowanie literatury	23
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	28
Inne	
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>	<b>100</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>4</b>

Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Zarządzanie bezpieczeństwem sklepów internetowych</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: <b>2</b>		Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>		
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		<b>8</b>				
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest przedstawienie właściwego zarządzania bezpieczeństwem sklepu internetowego					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 posiada wiedzę na co zwracać uwagę podczas przesyłania danych, składania zamówień i płatności				SP_W06		
Umiejętności	02 potrafi sprawdzić, czy szyfrowane połączenie jest rzeczywiście bezpieczne oraz określić jakim zabezpieczeniem można ufać				SP_U03		
Kompetencje społeczne	03 Identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z zachowaniem polityki bezpieczeństwa w e-sklepach				SP_K03		
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia						8	
1. Polityka bezpieczeństwa						1	
2. Urzędy certyfikacji, znaki bezpieczeństwa						1	
3. (Nie)Bezpieczeństwo zakupów w Internecie, e-sklepy - branże i bezpieczeństwo						2	
4. Identyfikacja i uwierzytelnianie użytkowników. Systemy hasel statycznych i dynamicznych. Identyfikatory sprzętowe. Biometryka.						2	
5. Bezpieczeństwo zakupów w sklepach internetowych – zarządzanie bezpieczeństwem, ochrona zasobów						2	
Metody kształcenia		ćwiczenia z prezentacjami multimedialnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, analiza tekstów z dyskusją, studia przypadków					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusu	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolokwium – zaliczenie pisemne</li> <li>• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> </ul>				01, 02, 03 01, 02, 03	
Forma i warunki zaliczenia		Przy wystawianiu oceny oprócz pisemnego kolokwium brane pod uwagę będą również: praca w grupach i aktywność studenta na zajęciach traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.					
Literatura podstawowa		Raport: <i>Bezpieczeństwo zakupów w polskich sklepach internetowych</i> , CertyfikatySSL.pl Białas A., <i>Bezpieczeństwo informacji i usług w nowoczesnej instytucji i firmie</i> , Wydawnictwo Naukowo-Techniczne, Warszawa 2007					

Literatura uzupełniająca	Andersen R., <i>Inżynieria zabezpieczeń</i> , Wydawnictwo Naukowo-Techniczne, Warszawa 2005
<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	8
Udział w konsultacjach	10
Przygotowanie się do zajęć	10
Studiowanie literatury	12
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	10
Inne	
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>	<b>50</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>2</b>

Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Zarządzanie relacjami z klientami w oparciu o systemy klasy CRM</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: 1		Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>		
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		10				
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		Według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest zapoznanie studentów z możliwościami stwarzanymi dzięki odpowiedniemu wykorzystywaniu systemów klasy CRM w działalności przedsiębiorstw. Szczególnie uwzględniane będą aspekty związane z poprawą obsługi klientów, usprawnieniem przepływu informacji w wewnętrznych strukturach firmy oraz możliwości wykorzystania rozwiązań CRM do prowadzenia polityki produktowej, polityki cenowej i polityki marketingowej.					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>				<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>			
Wiedza	01 ma wiedzę i rozumie potrzebę doskonalenia praktycznych umiejętności w obszarze kompleksowego zarządzania przedsięwzięciami e-commerce, w tym budowania strategii biznesowych, nawiązywania i podtrzymywania relacji z klientami i partnerami biznesowymi, z wykorzystaniem CRM			SP_W11 SP_W03 SP_W02			
Umiejętności	02 zastosowania właściwych metod i narzędzi do realizacji zadań oraz rozwiązywania problemów a także promocji związanych z działalnością e-commerce z zastosowaniem modeli wykorzystania Internetu w działalności e-handlowej, tworzenia i wdrażania platformy portali i sklepów internetowych, budowania systemów elektronicznej wymiany danych i dokumentów			SP_U03 SP_U01			
Kompetencje społeczne	03 prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem działalności e-commerce			SP_K03			
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia						10	
1. Istota oraz podstawowe cechy narzędzi klasy CRM						4	
2. Wzrost wykorzystania narzędzi teleinformatycznych w działalności przedsiębiorstw w celu budowania relacji z klientami						4	
3. Korzyści oraz zagrożenia wynikające z wykorzystania narzędzi klasy CRM						2	
Metody kształcenia		ćwiczenia z prezentacjami multimedialnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, analiza tekstów z dyskusją, studia przypadków					
Metody weryfikacji						Nr efektu kształcenia z sylabusu	

efektów kształcenia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolokwium – zaliczenie pisemne</li> <li>• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> </ul>	01, 02, 03 01, 02, 03
Forma i warunki zaliczenia	Przy wystawianiu oceny oprócz pisemnego kolokwium brane pod uwagę będą również: praca w grupach i aktywność studenta na zajęciach traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.	
Literatura podstawowa	Dyche J., <i>CRM: Relacje z klientami</i> , Wydawnictwo Helion, Gliwice 2002 Stachowicz-Stanusch A., Stanuch M., <i>CRM – przewodnik dla wdrażających</i> , Placet, Warszawa 2007	
Literatura uzupełniająca	Czasopismo Modern Marketing Todman C., <i>Projektowanie hurtowni danych, zarządzanie kontaktami z klientami (CRM)</i> , Wydawnictwo naukowo-techniczne, Warszawa 2006	
<b>NAKŁAD PRACY SŁUCHACZA:</b>		
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	10	
Udział w konsultacjach	10	
Przygotowanie się do zajęć	15	
Studiowanie literatury	20	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	20	
Inne		
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>	<b>75</b>	
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>3</b>	

Wypełnia kierownik studiów	Nazwa przedmiotu: <b>Zarządzanie wizerunkiem firmy w Internecie</b>						
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: <b>Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług</b>						
	Nazwa studiów podyplomowych: <b>E-commerce</b>						
	Specjalność:						
	Forma studiów:						
	Rok studiów : I		Semestr: 1		Język wykładowy przedmiotu / modułu: <b>polski</b>		
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		4				
Koordynator przedmiotu / modułu		Według przydziału czynności					
Prowadzący zajęcia		dr Kamila Peszko					
Cel przedmiotu / modułu		Celem przedmiotu jest zwrócenie uwagi na elementy systemu identyfikacji wizualnej projektowanego przez firmy, wskazanie obszarów w ramach których projektuje się CI.					
<b>EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>					<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>		
Wiedza	01 zna i wskazuje elementy związane są z zarządzaniem e-wizerunkiem				SP_W03		
	02 zna i identyfikuje elementy Corporate identity (CI)				SP_W08		
Umiejętności	03 wyszukuje silne i słabe strony wizerunkowe swojej firmy				SP_U03		
	04 potrafi projektować odpowiednie działania komunikacyjne oraz CI dla własnego przedsięwzięcia				SP_U01 SP_U03		
Kompetencje społeczne	05 dyskutuje na temat osobowości marki w Internecie				SP_K01		
	06 wykazuje kreatywność w ramach pracy w zespole nad projektami związanymi z zarządzaniem e-wizerunkiem				SP_K02		
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>						Liczba godzin	
Forma zajęć – ćwiczenia						4	
1. E-wizerunek – potencjał Internetu w zarządzaniu wizerunkiem firmy, zasady kreowania, najczęstsze błędy wizerunkowe						1	
2. Public relations - narzędzia budowania e- wizerunku firmy, sposoby radzenia sobie z czarnym PR-em						1	
3. Budowanie osobowości marki w Internecie						1	
4. Spójność CI jako podstawa budowania i odpowiedniego zarządzania wizerunkiem firmy w Internecie						1	
Metody kształcenia		ćwiczenia z prezentacjami multimedialnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, analiza tekstów z dyskusją, studia przypadków					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusu	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolokwium – zaliczenie pisemne</li> <li>• Zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)</li> </ul>				01, 02, 03, 04  01, 02, 03, 04, 05, 06	

Forma i warunki zaliczenia	Przy wystawianiu oceny oprócz pisemnego kolokwium brane pod uwagę będą również: praca w grupach i aktywność studenta na zajęciach traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację) oraz obecność.	
Literatura podstawowa	Meerman S.D., <i>Nowe zasady marketingu i PR-u</i> , Oficyna Wydawnicza 2009 Atkorn J., <i>Wizerunek firmy</i> , Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowej Górniczej, 2004	
Literatura uzupełniająca	Budzyński W., <i>Public relations. Strategie i nowe techniki kreowania wizerunku</i> , Poltext, Warszawa 2008 Nikodemka-Wołowik A. M., Górski T.IIP, Wołowik M., <i>Nie tylko logotyp. Wyróżnienie i przynależność w biznesie</i> , Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz-Gdańsk 2004	
<b>NAKLAD PRACY SŁUCHACZA:</b>		
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	4	
Udział w konsultacjach	10	
Przygotowanie się do zajęć	2	
Studiowanie literatury	5	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	4	
Inne		
<b>ŁĄCZNY nakład pracy słuchacza w godz.</b>	<b>25</b>	
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>1</b>	