

Nazwa przedmiotu	Budowa i zarządzanie sklepem internetowym							Kod ECTS	04.2.E.FL.216			
								Pkt.ECTS	2			
								Limit osób	20			
Jednostka prowadząca przedmiot	ITIHM	Nazwa kierunku	Ekonomia/MSG		Nazwa specjalności	BRAK;						
Nazwisko prowadzącego	dr Dagmara Wach, prof. UG dr hab. Jacek Winiarski											
Forma zajęć/Liczba godzin												
Wykład	30	Ćwiczenia	0	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0	
Forma aktywności							Rok i rodzaj studiów:	3 SS1,				
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):							Semestr:	6,				
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):							Status przedmiotu:	Fakultatywny				
Sumaryczna liczba godzin:							0	Język wykładowy:	polski			
Sposób realizacji zajęć	Zajęcia w sali dydaktycznej.											
Metody dydaktyczne	Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Praca w laboratorium komputerowym, Projekty indywidualne,											
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi												
Wymagania formalne	Podstawy funkcjonowania przedsiębiorstw, podstawy marketingu. Podstawowa umiejętność obsługi komputera i systemów MS Windows.											
Wymagania wstępne	Brak.											
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny												
Sposób zaliczenia	Zaliczenie na ocenę											
Kryteria oceny	Ocenie podlegać będzie projekt dotyczący witryny i sklepu internetowego oraz aktywność na zajęciach. Ocena merytoryczna projektów: projekt sklepu (podstawy) - 51%, projekt kampanii marketingowej - 29%, pozostałe - 20%.											
Cele przedmiotu												
Celem zajęć jest opanowanie przez studenta zasad budowy i zarządzania sklepem internetowym oraz wyposażenie studentów w wiedzę, umożliwiającą im później skuteczne zaprojektowanie i prowadzenie bloga firmowego.												
Efekty uczenia się												
Wiedza	E1_W10	Student zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.										
	E1_W11	Student zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, w szczególności w zakresie prowadzenia działalności w Internecie.										
	MSG1_W08	Student zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.										
	MSG1_W12	Student zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, w szczególności w zakresie prowadzenia działalności w Internecie.										
Weryfikacja efektów uczenia się - Wiedza												
Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy	
E1_W10								X		X		
E1_W11								X		X		
MSG1_W08								X		X		
MSG1_W12								X		X		
Umiejętności	E1_U05	Student prawidłowo posługuje się wybranymi normami i regułami (prawnymi,										

		zawodowymi, moralnymi) w celu rozwiązania zadania związanych z prawidłowym funkcjonowaniem serwisów WWW.
E1_U06		Student wykorzystuje zdobytą wiedzę ekonomiczną w samodzielnym podejmowaniu działalności gospodarczej w Internecie.
MSG1_U05		Student potrafi posługiwać się regułami i standardami dotyczącymi działalności gospodarczej w celu rozwiązania złożonych i nietypowych problemów wynikających z międzynarodowej współpracy gospodarczej.

Weryfikacja efektów uczenia się - Umiejętności

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E1_U05								X		X	
E1_U06								X		X	
MSG1_U05								X		X	
Kompetencje	E1_K03	Student uczestnicząc w przygotowaniu projektu firmowej witryny internetowej lub sklepu internetowego, potrafi godzić wymagania prawne, ekonomiczne, ekologiczne, polityczne i społeczne.									
	MSG1_K04	Student dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje nowe wyzwania kreatywnego myślenia tworząc przyjazne i efektywne serwisy i sklepy internetowe.									

Weryfikacja efektów uczenia się - Kompetencje

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E1_K03								X		X	
MSG1_K04								X		X	

Treści programowe

1. Wprowadzenie do budowy i zarządzania sklepem internetowym (wprowadzenie do e-commerce, zasady działania sklepów internetowych).
2. Projektowanie sklepu internetowego (wybór platformy e-commerce, projektowanie interfejsu użytkownika, tworzenie kategorii produktów, tworzenie opisów produktów, projektowanie koszyka zakupowego i procesu płatności, integracja systemów płatności).
3. Marketing internetowy (optymalizacja pod kątem wyszukiwarek, marketing w wyszukiwarkach, Social media marketing, e-mail marketing, remarketing).
4. Obsługa sklepu internetowego (zarządzanie zamówieniami, obsługa klientów, raportowanie i analizowanie danych, zarządzanie magazynem i logistyką).
5. Optymalizacja sklepu internetowego (analiza ruchu na stronie, analiza koszyków zakupowych, testy A/B, analiza konwersji).
6. Prawo w e-commerce (regulacje prawne dotyczące e-commerce, ochrona danych osobowych, prawa konsumenta).
7. Praktyczne projekty (budowa sklepu internetowego, projektowanie kampanii marketingowej, analiza ruchu na stronie sklepu internetowego, testy A/B w praktyce).

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej
Literatura obowiązkowa:

1. Marzec K., Trzósło T., Marketing internetowy w Google. Pozycjonowanie, Ads & Analytics dla biznesu, e-commerce, marketerów, Onepress, Gliwice 2021
2. Biblia e-biznesu 3.0, pod red. M. Dutko, Onepress, Gliwice 2021

Literatura uzupełniająca:

1. Kantorowski P., Głąb P., Prawo dla biznesu. E-commerce, Onepress, Gliwice 2020
2. Wach D., Nowe technologie komunikacyjne wspomagające przedsiębiorstwa sektora MSP, [w:] Raport o stanie sektora 3. małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011-2012, PARP 201
4. Wach D., Relacje firmy w internecie - społeczność jako źródło danych, [w:] Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011-2012, PARP 2013



Kontakt

dwach.stud@ug.edu.pl, Jacek.Winiarski@ug.edu.pl,