

Nazwa przedmiotu	Budowa i zarządzanie sklepem internetowym				Kod ECTS	04.2.E.FL.218					
					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	20	Ćwiczenia	0	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:	2 NS2, 3 NS2-3,				
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):						Semestr:	4, 6,				
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):						Status przedmiotu:	Fakultatywny				
Sumaryczna liczba godzin:						0	Język wykładowy:	polski			
Sposób realizacji zajęć	Zajęcia on-line.										
Metody dydaktyczne	Projekty indywidualne, Formy kształcenia na odległość (e-learning),										
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi											
Wymagania formalne	Podstawy funkcjonowania przedsiębiorstw, podstawy marketingu. Podstawowa umiejętność obsługi komputera i systemów MS Windows.										
Wymagania wstępne											
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny											
Sposób zaliczenia	Zaliczenie na ocenę										
Kryteria oceny											
Cele przedmiotu											
Celem przedmiotu do wyboru jest uzupełnienie realizacji wybranych celów kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych przewidzianych dla kierunków ekonomia i / lub międzynarodowe stosunki gospodarcze.											
Efekty uczenia się											
Treści programowe											
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Formy prowadzenia działalności w Internecie: serwisy i portale informacyjne, sklepy internetowe, serwisy społecznościowe.</li> <li>2. Sklepy internetowe: rodzaje sklepów internetowych, zasady sprzedaży w sklepach internetowych, wybór oprogramowania sklepu internetowego, narzędzia wspomagające sprzedaż towarów w sklepie internetowym.</li> <li>3. Podstawy pracy z oprogramowaniem WordPress WooCommerce i PrestaShop.</li> <li>4. Zainstalowanie modułów do obsługi transakcji (karta kredytowa, gotówka przy odbiorze, transfer, przelew bankowy, Poczta Polska - paczka priorytetowa, kurier; paczka, sprecyzowanie danych zainstalowanych modułów).</li> <li>5. Wprowadzenie danych producentów oraz utworzenie struktury asortymentowej e-sklepu, wprowadzenie głównych kategorii .</li> <li>6. Wprowadzenie dowolnych podkategorii dla głównych kategorii, definiowanie produktów dla każdej kategorii, utworzenie obniżki cen wybranych produktów.</li> <li>7. Utworzenie banerów przekierowujących utworzonych promocji oraz do stron domowych wybranego producenta, wybranie dowolnych polecanych produktów.</li> <li>8. Utworzenie newsletterów z informacją o promocjach oraz o produktach polecanych.</li> <li>9. Wykonanie kopię bezpieczeństwa bazy danych, otwarcie strony e-sklepu.</li> <li>10. Analiza danych internetowych: Google Analytics, Google Search Console, SEO, SEM.</li> </ol>											
Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej											
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grzesiak P., Jak zarabiać w Internecie, Helion, 2007</li> <li>2. Seda C., Sprzedaż online, Helion, 2008</li> <li>3. Thurow S., Pozycjonowanie w wyszukiwarkach internetowych, Helion, 2008</li> <li>4. B. Gregor, M. Stawiszyński, E-Commerce, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz 2002 .</li> <li>5. M. Niedźwiedziński, Globalny handel elektroniczny, PWN, W-a 2004</li> <li>6. Czasopisma "Internet", "Pckurier", "Chip"</li> </ol>											
Kontakt	<a href="mailto:dwach.stud@ug.edu.pl">dwach.stud@ug.edu.pl</a> , <a href="mailto:Jacek.Winiarski@ug.edu.pl">Jacek.Winiarski@ug.edu.pl</a> ,										