

Nazwa przedmiotu		Analityka danych webowych				Kod ECTS	14.3.E.SZ.2938				
						Pkt.ECTS	5				
Jednostka prowadząca przedmiot		ITiHM	Nazwa kierunku		Ekonomia	Nazwa specjalności		EC;			
Nazwisko prowadzącego		dr Dagmara Wach									
Forma zajęć/Liczba godzin											
Wykład	0	Ćwiczenia	30	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		2 SS2,			
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):						Semestr:		3,			
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):						Status przedmiotu:		Obligatoryjny			
Sumaryczna liczba godzin:						0	Język wykładowy:		polski		
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia w sali dydaktycznej.									
Metody dydaktyczne		Aktywność w grupach, współpraca, Ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących, Praca w laboratorium komputerowym, Metoda Case Study, Wykorzystanie programu Excel									
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi											
Wymagania formalne		Omnichanel w handlu elektronicznym									
Wymagania wstępne		Znajomość podstaw biznesu elektronicznego, marketingu internetowego oraz projektowania witryn internetowych.									
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny											
Sposób zaliczenia		Zaliczenie na ocenę									
Kryteria oceny		Ocenie podlegać będzie aktywność na zajęciach oraz kolokwium lub uzyskanie certyfikatów z analizy danych internetowych. Ocena kolokwium/certyfikaty - 90%, ocena zaangażowania w pracy na zajęciach - 10%									
Cele przedmiotu											
Celem przedmiotu jest przekazanie praktycznej wiedzy z zakresu analityki internetowej w celu określenia wartości ekonomicznej witryny internetowej oraz dopasowania jej do preferencji klientów. Jednym z celów zajęć jest analiza funkcjonowania sklepu internetowego przy wykorzystaniu metody Case study. Wyniki dotyczące działalności sklepu pobierane będą m.in. za pomocą Google Analytics i przetwarzane w programie Excel.											
Efekty uczenia się											
Wiedza	E2_W06	Student zna metody i narzędzia jak mierzyć, analizować i rozwiązywać zagadnienia związane z szybko rozwijającymi się technologiami internetowymi, w tym z portalami społecznościowymi, technologiami mobilnymi i narzędziami publikacji treści wideo.									
	E2_W08	Student ma pogłębioną wiedzę o procesach zachodzących w przedsiębiorstwach, zna metody badania prawidłowości rządzących zmianami w przedsiębiorstwach, uwzględniając wpływ na nie współpracujących z nimi podmiotów gospodarczych.									
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
	E2_W06		X					X			
	E2_W08		X					X			
Umiejętności	E2_U02	Student potrafi wykorzystać teoretyczną i specjalistyczną wiedzę, w zakresie doboru metod i narzędzi wspierających analitykę internetową, pozyskiwać dane internetowe oraz korzystać z dostępnych miar w analizie danych internetowych.									
	E2_U08	Student potrafi właściwie analizować dane internetowe, interpretować i wykorzystać pozyskane informacje, aby poprawić wyniki oglądalności i dochody serwisów internetowych.									

	E2_U04	Student potrafi analizować ilościowe i jakościowe dane internetowe z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi statystycznych oraz ekonometrycznych.
--	--------	---

**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
E2_U02			X					X			
E2_U08			X					X			
E2_U04			X					X			

<b>Kompetencje</b>	E2_K05	Student prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań związane z wykonywaniem pracy w zakresie analityki internetowej.
	E2_K02	Student ma świadomość poziomu swojej wiedzy, potrafi samodzielnie uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę w zakresie analityki internetowej, jest otwarty na nowe technologie oraz potrafi dzielić się swoim doświadczeniem i wiedzą z innymi.

**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
E2_K05								X			
E2_K02								X			

**Treści programowe**

1. Dobór efektywnych narzędzi wspierających analitykę internetową
2. Analizy przepływu użytkowników
3. Zasady i metody korzystania z danych jakościowych pozyskanych w Internecie
4. Nowe rozwiązania w zakresie badania odczuć użytkowników
5. Analiza konkurencyjności, ruchu na witrynach internetowych i zachowań użytkowników wyszukiwarek
6. Analizę danych internetowych do zwiększenia skuteczności działań marketingowych
7. Nowe formy analiz: portale społecznościowe, serwisy mobilne i treści wideo
8. Optymalne rozwiązania problemu ukrytych pułapek analityki internetowej

**Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej**
**Literatura podstawowa:**

Avinash Kaushik, Web Analytics 2.0. Świadome rozwijanie witryn internetowych, Helion 2010

**Literatura uzupełniająca:**

 Avinash Kaushik, Godzina dziennie z Web Analytics. Stwórz dobrą strategię e-marketingową, Helion 2010  
 D.Wach, Wykorzystanie technologii Real-Time Bidding w e-handlu, Studia i Materiały ITiHM, nr 9, Gdańsk 2012

Kontakt	<a href="mailto:dwach.stud@ug.edu.pl">dwach.stud@ug.edu.pl</a> ,
---------	--