

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	eCommerce, PG_00157398						
Kierunek studiów	Informatyka i ekonometria (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2025/2026		
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć		Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		angielski		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		5.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Wydział Zarządzania -> Katedra Informatyki Ekonomicznej						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		mgr inż. Dawid Jereczek				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	0.0	30.0	0.0	0.0	45
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	45		20.0		60.0	125
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zasadami i technologiami związanymi z prowadzeniem działalności handlowej w internecie. Studenci będą zdobywać umiejętności w zakresie projektowania, tworzenia i zarządzania platformami eCommerce, a także poznają kluczowe aspekty marketingu cyfrowego, płatności online oraz bezpieczeństwa w sieci. Przedmiot ma na celu rozwinięcie kompetencji w zakresie analizy rynkowej oraz stosowania nowoczesnych narzędzi informatycznych do optymalizacji procesów sprzedaży i zarządzania relacjami z klientami.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[liEMU2_W02] Ma pogłębioną wiedzę o strukturach i instytucjach ekonomicznych, zachodzących w nich procesach, powiązaniach pomiędzy nimi oraz ich dynamice; ma pogłębioną wiedzę o zjawiskach i procesach zachodzących w ich otoczeniu.	Student rozumie znaczenie eCommerce w działalności współczesnych firm i jego wpływ na różne aspekty funkcjonowania przedsiębiorstwa. Potrafi ocenić, jak efektywne wykorzystanie platform eCommerce i strategii marketingu internetowego przyczynia się do wzrostu sprzedaży, optymalizacji zarządzania oraz budowania relacji z klientami.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[liEMU2_U04] Potrafi na poziomie zaawansowanym planować, projektować i programować systemy informatyczne, wspierające funkcjonowanie podmiotów gospodarczych.	Student potrafi samodzielni korzystając z dostępnych narzędzi przygotować prostą platformę eCommerce	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU5] realizacja zadania problemowego [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[liEMU2_U02] Potrafi sprawnie pozyskiwać szczegółowe informacje o procesach i zjawiskach ekonomicznych w drodze obserwacji bezpośredniej, planowanego eksperymentu lub kwerendy baz danych oraz gromadzić je i przetwarzać za pomocą nowoczesnych narzędzi informatycznych.	Student potrafi sprawnie zbierać dane dotyczące efektywności działań eCommerce poprzez obserwację bezpośrednią, eksperymenty oraz kwerendy baz danych. Student umie gromadzić, analizować i przetwarzać te dane za pomocą nowoczesnych narzędzi informatycznych, co pozwala na optymalizację strategii sprzedaży, marketingu i zarządzania w środowisku eCommerce.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[liEMU2_K05] Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy oraz elastycznie dostosowywać się do zmieniających się warunków otoczenia. Myśli kreatywnie i potrafi wyjść poza utarte schematy.	Student jest świadomy, jak kluczową rolę odgrywa eCommerce w zwiększaniu konkurencyjności firmy oraz w adaptacji do zmieniających się trendów rynkowych i technologicznych.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
Treści przedmiotu	1. Podstawowe pojęcia, historia eCommerce, modele biznesowe i główne typy platform eCommerce (B2B, B2C, C2C, C2B). 2. Proces tworzenia i wdrażania platform eCommerce, w tym aspekty techniczne takie jak projektowanie interfejsu użytkownika (UI) i doświadczenia użytkownika (UX), architektura strony oraz wybór technologii. 3. Procesy związane z zarządzaniem zapasami, realizacją zamówień, dostawą oraz zwrotami towarów. 4. Zasady ochrony danych, zabezpieczanie transakcji online, zapobieganie oszustwom oraz zgodność z regulacjami prawnymi (np. GDPR).		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Znajomość podstawowych zasad programowania oraz umiejętność obsługi popularnych narzędzi informatycznych i systemów operacyjnych. Rozumienie podstaw działania stron internetowych, protokołów internetowych, oraz technologii webowych takich jak HTML, CSS, i JavaScript. Wiedza z zakresu podstawowych zasad marketingu, w tym marketingu cyfrowego, reklamy online oraz strategii promocji. Umiejętność rozumienia podstawowych procesów biznesowych, takich jak sprzedaż, zarządzanie łańcuchem dostaw i obsługa klienta.		
Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	projekt zaliczeniowy	51.0%	50.0%
	praca własna na zajęciach	51.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Laudon K. (2023), E-Commerce 2023: Business, Technology, Society, Pearson	
	Uzupełniająca lista lektur	Schneider G. (2016), Electronic Commerce, Cengage Learning EMEA	
	Adresy eZasobów	Adresy na platformie eNauczanie:	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania			
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		