Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Omnichannel w handlu elektronicznym , PG_00199385						
Kierunek studiów	Ekonomia (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu	2027/2028			
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów 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	polski			
Semestr studiów	3		Liczba punktów ECTS	5.0			
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia	zaliczenie			
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Transportu i Handlu Morskiego -> Zakład Gospodarki Elektronicznej						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Adam Borodo					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	30.0	0.0	60
	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	60		0.0	65.0		125
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przeglad kanałow marketingowych stosowanych w budowaniu ruchu serwisow internetowych.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[EKONMU2_W04] zna i rozumie w pogłębiony sposób różne rodzaje więzi gospodarczych i społecznych oraz występujące między nimi prawidłowości, ma pogłębioną wiedzę w zakresie więzi gospodarczych i finansowych łączących przedsiębiorstwa	Student zna relacje między podmiotami i strukturami ekonomicznymi występującymi na rynku handlu elektronicznego.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SW5] realizacja zadania problemowego
	[EKONMU2_K05] potrafi krytycznie identyfikować i diagnozować złożone dylematy zawodowe oraz dokonywać pogłębionej analizy i oceny różnych wariantów rozwiązań, wybierając i uzasadniając optymalne decyzje w kontekście wykonywania zawodu	Kompetencje w zakresie krytycznej obserwacji rynku handlu internetowego.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[EKONMU2_U09] posiada pogłębioną umiejętność przygotowania specjalistycznych prac pisemnych w języku polskim i języku obcym z problematyki gospodarczej i społecznej, z wykorzystaniem specjalistycznych ujęć teoretycznych i metodologicznych, gromadzenia różnych źródeł danych, ich opisu i interpretacji, zasad formułowania hipotez oraz wnioskowania na bazie literatury naukowej i danych faktograficznych oraz potrafi dokonywać rozwiniętych porównań międzynarodowych	Umiejętność planowania strategicznego działań marketingu wielokanałowego. Student potrafi wykonać zadanie projektowe dotyczące strategii komunikacji w technice omnichannel oraz konsultuje jego założenia i postępy z prowadzącym zajęcia podczas konsultacji oraz bloków projektowych. Bloki projektowe ujęte są w planie a terminu i miejsca konsultacji opublikowane na stronie UG.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna
	[EKONMU2_K06] wykazuje gotowość do przestrzegania i rozwijania w życiu zawodowym zasady etyki biznesu i społecznej odpowiedzialności biznesu, szanować innych, być osobą lojalną wobec pracodawcy, uwzględniając zmieniające się potrzeby społeczne	Umiejętność odpowiedniego doboru narzędzi oraz treści wraz z przestrzeganiem prawa i odpowiedzialności za własność intelektualną.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK5] realizacja zadania problemowego [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[EKONMU2_W08] ma pogłębioną wiedzę o procesach zachodzących w przedsiębiorstwach oraz organizacjach gospodarczych i na styku z obszarami pokrewnymi, a także o procesach zmian instytucji publicznych, zna metody badania prawidłowości rządzących tymi zmianami, uwzględniając wpływ na nie interesariuszy zewnętrznych	Wiedza z zakresu mechanizmów marketingowych na rynku handlu on-line.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SW5] realizacja zadania problemowego
	[EKONMU2_U14] potrafi odpowiednio określać priorytety oraz planować i organizować zadania związane z ich realizacją, a także monitorować i oceniać postępy	Umiejętność określenia odpowiednich narzędzi niezbędnych do przygotowania strategii komunikacji w gospodarce elektronicznej.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta

Treści przedmiotu	1) Email marketing - budowanie listy odbiorcow - segmentacji listy - strategie email marketingu - najpopularniejsze narzedzia - sposoby sledzenia efektow kampanii - marketing automation 2) Marketing społecznosciowy - budowanie retencji uzytkownikow. - prowadzenie strony fanowskiej - sytuacje kryzysowe (zjawisko hejtingu) - metody kierowania przekazu na facebbok.com (drzewo zainteresowan) 3) Networking w B2B - mozliwosci LinkedIn - sposoby budowania zasiegu - budowa marki przedsiebiorstwa - content marketing 4) Porownywarki cenowe - serwisy Polskie - serwisy zagraniczne - google shopping - zarzadzanie katalogiem produktow 5) Kampanie PPC - kampanie zasiegowe - kampanie remarketingowe - kampanie retargetingowe - typy nosnikow reklam - sieci reklamowe 6) Aukcje internetowe - sposoby przyciagania uwagi - budowanie lojalnosci uzytkownikow - optymalizacja portfolio aukcji 7) Działania ePR - sposoby nawiazywania współpracy - wytyczne artykułow ePR 8) Analiza konkurencji 9) Kompleksowa analiza ruchu w sklepie internetowym. W celu rozwinięcia pojęć omawianych w trakcje wykładów studenci mogą skorzystać z konsultacji.
Wymagania wstępne i dodatkowe	Podstawowa znajomosc narzedzi analityki internetowej typu Google Analytics. Wiedza z zakresu branzy handlu internetowego w Polsce i na swiecie.

Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się

Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
Praca zespołowa nad projektami. Podział punktów zostanie przedstawiony na pierwszych zajęciach. 30 pkt.	51.0%	100.0%

Zalecana lista lektur

Podstawowa lista lektur

1. E-commerce manager. Profesjonalista w ehandlu, Praca zbiorowa, Fundacja Polak 2.0, 2014, Tom I i II.
2. Karwatka T., Sadulski D., E-commerce. Proste odpowiedzi na trudne pytania, Wolters Kluwer, Warszawa 2011
3. A. Borodo, Ekonomiczne uwarunkowania wykorzystania mediow społecznosciowych w handlu elektronicznym, Wydawnictwo Katedra Transportu i Hnaldu Morskiego Uniwersytet Gdanski, Sopot 2021

	Uzupełniająca lista lektur	1. Poszewiecki A., Laskowski M. E-commerce market and perspectives for the reverse commerce. Rozdział w: Elektroniczne Czasopismo Naukowe (www.wspolczesnagospodarka.pl) Współczesna Gospodarka, numer 4/2016. Redakcja: prof. UG. dr hab. K. Dobrowolski. Uniwersytet Gdanski, ITIHM, ISSN 2082-667X, stron 17 2. Laskowski M., Społecznosciowe kanały Sprzedazy. Rozdział w: Systemy informatyczne w gospodarce. Praca pod red. dr K. Kreft. Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdanskiego, ISBN 978-83-7531-240-9, Gdansk 2011, s. 69-90 3. Laskowski M., Marketing Strategies for Social networks. Rozdział w: The Challeenges of Global Economy, ed. O. Debicka, K. Dobrowolski, Wydawnictwo UG, ISBN 978 - 83 - 7865 - 173 - 4, Gdansk 2013, ss, 278
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	E-mail marketing / Zadanie Zadanie: Przygotowanie Ciągłego E-mail Marketingu **Cel:** Przygotować i wdrożyć ciągły e-mail marketing dla wybranej firmy/produktu, wykorzystując narzędzia takie jak MailChimp, FreshMail lub inne dostępne darmowe platformy.	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.