

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	eCommerce, PG_00177461						
Kierunek studiów	Finanse i rachunkowość (O), Informatyka i ekonometria (O), Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2025/2026		
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć		Grupa zajęć fakultatywnych		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	1		Język wykładowy		angielski Polski		
Semestr studiów	2		Liczba punktów ECTS		5.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Informatyki Ekonomicznej						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Natalia Michałek				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	45.0	0.0	0.0	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		4.0		61.0	125
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest pozyskanie dogłębnej i użytecznej wiedzy specjalistycznej niezbędnej do wprowadzania na rynek i rozwijania sklepów internetowych, jak również pozyskania zestawu konkretnych kompetencji i umiejętności zarządczych z punktu widzenia zarządzania organizacją, a w szczególności działalnością handlową w Internecie. Efektem przedmiotu jest także pozyskanie wiedzy praktycznej z zakresu eCommerce, ze szczególnym uwzględnieniem aspektów prawnych, technicznych, marketingowych oraz logistycznych.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[FiRMU2_W01] Student w pogłębionym stopniu, na bazie uporządkowanej wiedzy teoretycznej, zna i rozumie charakter i tendencje rozwoju teorii z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów wraz z ich miejscem w systemie nauk społecznych - w szczególności z perspektywy finansów i rachunkowości.	Student ma wiedzę z zakresu biznesu cyfrowego, w tym rynku eCommerce, modeli i procesów sprzedażowych, jak również wiedzę w obszarze bezpieczeństwa i aspektów prawnych związanych z prowadzeniem sklepu internetowego, ze szczególnym uwzględnieniem perspektywy finansowej.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[ZARZMU2_U06] Student potrafi wykorzystywać i integrować uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości, a także ekonomii i finansów na potrzeby rozstrzygania dylematów oraz opracowywania rozwiązań (w tym innowacyjnych) dla złożonych lub nietypowych problemów zarządczych, pojawiających się w pracy zawodowej.	Student potrafi zaprojektować własny sklep internetowy wraz z doбором odpowiedniej technologii, zaplanowaniem procesów sprzedaży oraz działań marketingowych, obsługi zamówień, klientów i aspektów logistycznych, ze szczególnym uwzględnieniem procesów decyzyjnych.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[IiEMU2_U06] Student potrafi wykorzystywać i integrować uporządkowaną i szczegółową wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów na potrzeby rozstrzygania dylematów i opracowywania innowacyjnych rozwiązań złożonych lub nietypowych problemów, pojawiających się w pracy zawodowej.	Student potrafi zaprojektować własny sklep internetowy wraz z doбором odpowiedniej technologii, zaplanowaniem procesów sprzedaży oraz działań marketingowych, obsługi zamówień, klientów i aspektów logistycznych, ze szczególnym uwzględnieniem zastosowania różnych narzędzi informatycznych.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[FiRMU2_U06] Student potrafi wykorzystywać i integrować uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości, a także ekonomii i finansów na potrzeby rozstrzygania dylematów oraz opracowywania rozwiązań (w tym innowacyjnych) dla złożonych lub nietypowych problemów, pojawiających się w pracy zawodowej w obszarze finansów i rachunkowości.	Student potrafi zaprojektować własny sklep internetowy wraz z doбором odpowiedniej technologii, zaplanowaniem procesów sprzedaży oraz działań marketingowych, obsługi zamówień, klientów i aspektów logistycznych, ze szczególnym uwzględnieniem perspektywy finansowej.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[ZARZMU2_W01] Student w pogłębionym stopniu zna i rozumie charakter i kierunki rozwoju teorii z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów wraz z ich miejscem w systemie nauk społecznych - w szczególności ich znaczenie z perspektywy podejmowania decyzji biznesowych.	Student ma wiedzę z zakresu biznesu cyfrowego, w tym rynku eCommerce, modeli i procesów sprzedażowych, jak również wiedzę w obszarze bezpieczeństwa i aspektów prawnych związanych z prowadzeniem sklepu internetowego, ze szczególnym uwzględnieniem procesów decyzyjnych.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[IiEMU2_W01] Student w pogłębionym stopniu zna i rozumie charakter i ewolucję teorii z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów wraz z ich miejscem w systemie nauk społecznych - w szczególności główne trendy rozwoju metod i narzędzi informatycznych lub statystycznych.	Student ma wiedzę z zakresu biznesu cyfrowego, w tym rynku eCommerce, modeli i procesów sprzedażowych, jak również wiedzę w obszarze bezpieczeństwa i aspektów prawnych związanych z prowadzeniem sklepu internetowego, ze szczególnym uwzględnieniem zastosowania narzędzi informatycznych.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport

Treści przedmiotu	1. Definicja i istota biznesu cyfrowego oraz eCommerce. Wprowadzenie do eCommerce, podstawowe pojęcia, modele sprzedaży. 2. Podstawowe aspekty prawne prowadzenia sklepu internetowego, w tym ochrona konsumenta i danych osobowych (RODO). 3. Bezpieczeństwo i ciągłość działań eCommerce ze szczególnym uwzględnieniem bezpieczeństwa infrastruktury i danych. 4. Tworzenie własnego sklepu internetowego wraz z wyborem technologii i narzędzi, projektowania interfejsu sklepu, architektury informacji i procesów sprzedaży. 5. Działania i strategie marketingowe (omnichannel vs. multichannel vs. cross-channel). Pozyskiwanie klientów. Marketing automation. Narzędzia analityczne i mierzenie skuteczności działań. 6. Obsługa zamówień i klientów sklepu internetowego. Logistyka i magazynowanie, dropshipping. 7. Przegląd rynku eCommerce w Polsce i na świecie. 8. Rola AI w eCommerce.		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Student powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu biznesu cyfrowego i mediów społecznościowych.		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Test pisemny	51.0%	50.0%
	Projekt zaliczeniowy	51.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1. Autorskie materiały dydaktyczne (wykładowe i laboratoryjne) prowadzących zajęcia. 2. Chaffey D., Digital Business i E-commerce Management, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2016. 3. Karwatka P. i in., Technologia w ecommerce. Teoria i praktyka. Poradnik menedżera, HELION, Gliwice 2013. 4. Dębicka O., Borodo A., Winiarski J., Ochrona danych osobowych w branży e-commerce w Polsce. Studia i Materiały Instytutu Transportu i Handlu Morskiego, 14, 2017, s. 145-157.	
	Uzupełniająca lista lektur	N/A	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	1. Projekt własnego sklepu internetowego. 2. Projekt i analiza skuteczności kampanii marketingowej w eCommerce. 3. Analiza porównawcza modeli sprzedaży online. 4. Analiza aspektów prawne prowadzenia sklepu internetowego. 5. Zastosowanie sztucznej inteligencji w eCommerce - case study.		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.