

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Wykorzystanie narzędzi internetowych w biznesie i marketingu , PG_00177602						
Kierunek studiów	Ekonomia (O), Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2023 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2025/2026		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	3		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	6		Liczba punktów ECTS		2.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Biznesu Międzynarodowego -> Zakład Strategii Marketingowych						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Marcin Krzaczek				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30
	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	30		0.0		0.0	30
Cel przedmiotu	Po odbyciu kursu student powinien znać podstawowe elementy e-marketingu i e-biznesu, wybrać odpowiednie działania do danej sytuacji oraz umieć ocenić efektywność działań z zakresu e-marketingu i e-biznesu.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[EKONL3_U13] potrafi współdziałać i pracować w grupie (w tym w środowisku międzynarodowym), przyjmując w niej różne role	potrafi współdziałać i pracować w grupie zarządzającej e-przedsiębiorstwem (w tym w środowisku międzynarodowym), przyjmując w niej różne role	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SU5] realizacja zadania problemowego
	[MSGSL3_W15] ma zaawansowaną wiedzę o zarządzaniu podmiotem gospodarczym na rynku międzynarodowym, zna i rozumie strategię oraz narzędzia marketingowe wykorzystywane w tym zarządzaniu	ma zaawansowaną wiedzę o zarządzaniu internetowym podmiotem gospodarczym na rynku międzynarodowym, zna i rozumie strategię oraz narzędzia e-marketingowe wykorzystywane w tym zarządzaniu.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[MSGSL3_K04] jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, jest odporny na porażki, umie identyfikować zagrożenia oraz ocenić ryzyko ich wystąpienia	jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy dzięki umiejętnemu zastosowaniu narzędzi e-marketingowych; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, jest odporny na porażki, umie identyfikować zagrożenia oraz ocenić ryzyko ich wystąpienia.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SK5] realizacja zadania problemowego
	[EKONL3_W04] zna rodzaje więzi gospodarczych i społecznych oraz rządzące nimi prawidłowości	zna rodzaje więzi w e-gospodarce i społeczeństwie oraz rządzące nimi prawidłowości	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[MSGSL3_U08] wykorzystuje podstawowe metody i programy komputerowe oraz techniki i narzędzia marketingowe do pozyskiwania i analizy danych, niezbędnych w pracy zawodowej w celu diagnozowania procesów gospodarczych oraz podejmowania właściwych decyzji ekonomicznych	wykorzystuje podstawowe metody i programy komputerowe oraz techniki i narzędzia marketingu internetowego do pozyskiwania i analizy danych, niezbędnych w pracy zawodowej w celu diagnozowania procesów gospodarczych oraz podejmowania właściwych decyzji ekonomicznych	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU5] realizacja zadania problemowego
	[EKONL3_K02] ma świadomość poziomu swojej wiedzy w obszarze ekonomii, rozumie potrzebę pogłębiania oraz aktualizowania tej wiedzy przez całe życie	ma świadomość poziomu swojej wiedzy w obszarze e-biznesu, rozumie potrzebę pogłębiania oraz aktualizowania tej wiedzy przez całe życie	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SK5] realizacja zadania problemowego
	[MSGSL3_W07] zna i rozumie rodzaje więzi ekonomicznych oraz rządzące nimi prawidłowości, w tym zasady funkcjonowania rynku i mechanizmu rynkowego, zarówno w aspekcie krajowym, jak i międzynarodowym	zna i rozumie rodzaje więzi ekonomicznych oraz rządzące nimi prawidłowości, w tym zasady funkcjonowania rynku elektronicznego i mechanizmu rynkowego, zarówno w aspekcie krajowym, jak i międzynarodowym.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SW5] realizacja zadania problemowego
Treści przedmiotu	1. Marketing online vs marketing tradycyjny 2. Najważniejsze elementy e-marketingu 3. Strony internetowe 4. E-commerce i e-dystrybucja 5. Marketing w mediach społecznościowych 6. Google - SEM, SEO, AdWords, Analytics 7. Reklama online 8. Affiliate marketing, retargeting, content marketing, RTM 9. E-mail marketing		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Znajomość elementów komunikacji marketingowej. Znajomość języka angielskiego.		

Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Obecność, aktywność i praca na zajęciach	51.0%	35.0%
	Projekt semestralny	51.0%	40.0%
	Kolokwium	51.0%	25.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Content Marketing : dotrzyj, zainteresuj, zatrzymaj - sztuka pozyskiwania klientów za pomocą treści, Tomasz Stopka, Poltex, Warszawa 2017; Homo irretitus: w sieci serwisów społecznościowych, reklamy i marketingu społecznego, praca zbiorowa pod redakcją Katarzyny Walotek-Ściańskiej i Michała Szyszki, Wyższa Szkoła Humanitas, Sosnowiec 2014; Google Analytics dla marketingowców, Martyna Zastrożna, Helion, Gliwice 2014.	
	Uzupełniająca lista lektur	Nadchodzi era e-maklera, Marcin Krzaczek, Gazeta Bankowa, marzec 2010.	
	Adresy eZasobów	Podstawowe https://www.iab.org.pl/aktualnosci/raport-strategiczny-internet-2023-2024-iab-polska-juz-dostepny/ - Raport Strategiczny IAB Internet 23/24	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Stworzenie szablonu strony internetowej dla wybranego przykładu przedsiębiorstwa. Stworzenie profilu w mediach społecznościowych dla wybranego przedsiębiorstwa.		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.