



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	studia stacjonarne:	Z-ZB-508b
	studia niestacjonarne:	Z-ZBN-508b
Nazwa przedmiotu	E-commerce	
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	E-commerce	
Obowiązuje od roku akademickiego	2026/2027	

USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

Kierunek studiów	ZARZĄDZANIE BIZNESOWE
Poziom kształcenia	I stopień
Profil studiów	Ogólnoakademicki
Forma i tryb prowadzenia studiów	Studia stacjonarne i niestacjonarne
Zakres	E-commerce
Jednostka prowadząca przedmiot	Katedra Zarządzania i Organizacji
Koordynator przedmiotu	dr Anna Sołtys
Zatwierdził	dr hab. inż. Dariusz Bojczuk, prof. PŚk

OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

Przynależność do grupy/bloku przedmiotów		Przedmiot specjalnościowy
Status przedmiotu		Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć		Polski
Usytuowanie w planie studiów - semestr	studia stacjonarne	Semestr V
	studia niestacjonarne	Semestr V
Wymagania wstępne		Organizacja i zarządzanie, Marketing, Technologie internetowe, Wirtualizacja relacji z klientem
Egzamin (TAK/NIE)		TAK
Liczba punktów ECTS		5

Forma prowadzenia zajęć		wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	inne
Liczba godzin w semestrze	studia stacjonarne:	30	15	15		
	studia niestacjonarne:	18	9	9		

EFEKTY UCZENIA SIĘ

Kategoria	Symbol efektu	Efekty kształcenia	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	W01	Ma wiedzę na temat procesów i mechanizmów funkcjonowania współczesnej gospodarki i form handlu z uwzględnieniem modeli biznesowych i trendów w zakresie cyfryzacji działań biznesowych.	ZB1_W03
	W02	Zna obowiązujące normy prawne w zakresie tworzenia i rozwijania e-commerce, prowadzenia kampanii reklamowych w Internecie i budowania relacji z klientem w wirtualnych procesach biznesowych.	ZB1_W08
	W03	Zna metody i narzędzia do rozwijania działalności e-commerce wraz z wsparciem logistycznym i marketingowym oraz uwarunkowania jego efektywności.	ZB1_W10
Umiejętności	U01	Umie zaprojektować i obsługiwać e-commerce i zarządzać stroną internetową w zakresie: wirtualnej sprzedaży i obsługi klienta.	ZB1_U06
	U02	Potrafi prowadzić działalność sprzedażową w środowisku wirtualnym.	ZB1_U06 ZB1_U07
	U03	Potrafi zidentyfikować i wykorzystać rolę e-commerce, e-logistyki i e-reklamy w działalności gospodarczej.	ZB1_U06
Kompetencje społeczne	K01	Jest gotów współdziałać i pracować w grupie, skutecznie komunikować się oraz postępować etycznie w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych.	ZB1_K03
	K02	Jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy z wykorzystaniem wiedzy z zakresu zarządzania, marketingu i e-commerce na rzecz interesu przedsiębiorstwa oraz interesu społecznego.	ZB1_K03 ZB1_K04
	K03	Jest gotów podejmować decyzje i ponosić za nie odpowiedzialność, stworzyć i stosować zasady umożliwiające efektywną współpracę z partnerami, klientami i współpracownikami w zespole.	ZB1_K08

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć	Treści programowe
wykład	Modele e-handlu, koncepcje, rozwój, formy, wsparcie logistyczne, specyfika sprzedaży online, zachowania klientów, ochrona procesów i danych sprzedażowych, tworzenie, pozycjonowanie stron i reklama internetowa - AGB, DSGVO, strona kontaktowa, tworzenie i ochrona marki w Internecie, optymalizacja procesów, kanały kontaktu i obsługi klienta, outsourcing funkcji sprzedażowych, współpraca z portalami handlowymi, tworzenie treści informacyjnych i reklamowych, marketing doświadczeń, strategie cenowe, cykl życia produktu i cykl życia klienta, metody i zabezpieczanie płatności, czynniki sukcesu sprzedaży online.
ćwiczenia	Przygotowanie struktury i kontentu strony internetowej, opracowanie graficzne strony, planowanie funkcjonalności, integracja strony.
laboratorium	Opracowanie strony internetowej z funkcjami komunikacyjnymi i sprzedażowymi dla potencjalnego przedsiębiorstwa.

METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Metody sprawdzania efektów kształcenia					
	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Projekt	Sprawozdanie	Inne (obserwacja)
W01		X				
W02		X				
W03		X				
U01				X		X
U02				X		X
U03				X		X
K01						X
K02						X
K03						X

FORMA I WARUNKI ZALICZENIA

Forma zajęć	Forma zaliczenia	Warunki zaliczenia
wykład	egzamin	Uzyskanie co najmniej 50% możliwych punktów z egzaminu pisemnego.
ćwiczenia	zaliczenie z oceną	Uzyskanie co najmniej 50% możliwych punktów z ćwiczeń podczas zajęć.
laboratorium	zaliczenie z oceną	Przygotowanie projektu interaktywnej strony internetowej dla potencjalnego przedsiębiorstwa.

NAKŁAD PRACY STUDENTA

Bilans punktów ECTS												
Lp.	Rodzaj aktywności	Obciążenie studenta										Jed- nostka
		studia stacjonarne					studia niestacjonarne					
1.	Udział w zajęciach zgodnie z planem studiów	W	C	L	P	S	W	C	L	P	S	h
		30	15	15			18	9	9			
2.	Inne (konsultacje, egzamin)	4	2	2			4	2	2			h
3.	Razem przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	68					44					h
4.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	2,7					1,8					ECTS
5.	Liczba godzin samodzielnej pracy studenta	57					81					h
6.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach samodzielnej pracy	2,3					3,2					ECTS
7.	Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	63					63					h
8.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym	2,5					2,5					ECTS
9.	Sumaryczne obciążenie pracą studenta	125					125					h
10.	Punkty ECTS za moduł 1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta	5										ECTS

LITERATURA

1. *E-commerce w praktyce. Lekcje skutecznej sprzedaży online*, (2019), Grupa Marketem.
2. kwartalnik „E-commerce w praktyce”.
3. Dutko M. (red.), (2021), *Biblia e-biznesu 3.0*, wyd. Onepress, Warszawa.
4. Leśniewska A., (2006), *Reklama internetowa*, wyd. Onepress, Warszawa.
5. Danowski B., Makaryk M., (2011), *Pozycjonowanie i optymalizacja stron WWW*, wyd. Helion, Gliwice.
6. Owedyk S., (2019), *Ogarnij pozycjonowanie stron WWW i SEO*, ebook, Ridero.