



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	studia stacjonarne:	Z-ZB-510b
	studia niestacjonarne:	Z-ZBN-510b
Nazwa przedmiotu	Prawne aspekty e-commerce	
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Legal aspects of 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	r.pr. Oktawia Zarzecka
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		Wiedza z zakresu podstaw prawnych działalności gospodarczej oraz gospodarki elektronicznej
Egzamin (TAK/NIE)		TAK
Liczba punktów ECTS		3

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

EFEKTY UCZENIA SIĘ

Kategoria	Symbol efektu	Efekty kształcenia	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	W01	Zna formy prawne działalności gospodarczej w e-commerce oraz zasady prowadzenia sklepu internetowego.	ZB1_W08
	W02	Zna uwarunkowania prawne prowadzenia działalności marketingowej i reklamowej w Internecie.	ZB1_W08
	W03	Zna prawne metody ochrony marki i sposoby zwalczania nieuczciwej konkurencji w działalności e-commerce.	ZB1_W08
Umiejętności	U01	Potrafi stworzyć regulamin sklepu internetowego.	ZB1_U06 ZB1_U10
Kompetencje społeczne	K01	Jest świadomy znaczenia respektowania zasad prawa w działalności e-commerce.	ZB1_K03
	K02	Jest świadomy konieczności doskonalenia zawodowego z uwagi na zmiany uwarunkowań prawnych.	ZB1_K02

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć	Treści programowe
wykład	Formy prawne prowadzenia działalności gospodarczej w e-commerce. Podstawowe zasady prawa do firmy w działalności e-commerce. Budowanie i ochrona marki oraz zwalczanie nieuczciwej konkurencji w działalności e-commerce (znaki towarowe, prawa autorskie, ochrona wizerunku). Prowadzenie sklepu internetowego: - Regulamin sklepu internetowego; - Ochrona danych osobowych; - Pliki cookies; - Konsument a przedsiębiorca; - Reklamacje i odstąpienia od umowy (zwrot). Marketing i reklama w e-commerce – aspekty prawne: - Zapis na newsletter; - Zakazana reklama; - Organizacja konkursu jako forma działań marketingowych.

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				
K01						X
K02						X

FORMA I WARUNKI ZALICZEIA

Forma zajęć	Forma zaliczenia	Warunki zaliczenia
wykład	egzamin pisemny	Uzyskanie co najmniej 50% punktów z egzaminu pisemnego.

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					18					
2.	Inne (konsultacje, egzamin)	4					4					h
3.	Razem przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	34					22					h
4.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	1,4					0,9					ECTS
5.	Liczba godzin samodzielnej pracy studenta	41					53					h
6.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach samodzielnej pracy	1,6					2,1					ECTS
7.	Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	0					0					h
8.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym	0,0					0,0					ECTS
9.	Sumaryczne obciążenie pracą studenta	75					75					h
10.	Punkty ECTS za moduł <i>1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta</i>	3										ECTS

LITERATURA

1. Dutko M. (red.), (2021), *Biblia e-biznesu 3.0*, wyd. Onepress, Warszawa.
2. Kantorowski P., Głab Ł., (2020), *Prawo dla biznesu. E-commerce*, wyd. Onepress, Warszawa.
3. Kępa L., Tomasik P., Dobrzyński S., (2012), *Bezpieczeństwo systemu e-commerce*, wyd. Onepress, Warszawa.