



**POLITECHNIKA
BYDGOSKA**
Wydział Zarządzania

Karta przedmiotu
Technologie informatyczne i komunikacyjne w handlu

1. Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie i inżynieria produkcji		Cykl kształcenia (nabór) 2024/25	
Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów Wydział Zarządzania		Kod przedmiotu 08ZIP-PS.PI4C.0715.24	
Poziom studiów pierwszego stopnia (inż.)		Języki wykładowe polski	
Profil studiów Profil praktyczny		Obligatoryjność Obowiązkowy	
Forma studiów studia stacjonarne		Blok zajęciowy Przedmioty kierunkowe	
Wymagania wstępne		Podstawy obsługi komputera, swobodne poruszanie się po zasobach internetowych	
Przedmioty wprowadzające		Zarządzanie, Programowanie i bazy danych	
Koordinator		Kinga Krupcała	
Okres Semestr 3		Forma zaliczenia Zaliczenie na ocenę	
		Forma prowadzenia i godziny zajęć Wykład: 15 Ćwiczenia laboratoryjne: 30	
		Liczba punktów ECTS 2.0	

2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
Wiedza:			
W1	Charakteryzuje modele rynków elektronicznych definiuje formy e-biznesu i biznesu elektronicznego. Wyjaśnia i interpretuje podstawowe komponenty i typologię systemów informacyjno-wyszukiwawczych oraz aplikacji Internetowych. Ma wiedzę w zakresie języków opisu i prezentacji dokumentów z wykorzystaniem języków skryptowych.	ZIP_P1_K_W07	P6S_WG P6S_WK P6S_WG_inż
Umiejętności:			
U1	Projektuje i wykonuje aplikacje sieciowe wykorzystujące język opisu i prezentacji dokumentów internetowych.	ZIP_P1_K_U07	P6S_UW
U2	Dobiera i konfiguruje narzędzia dostępne online w Internecie.	ZIP_P1_K_U11	P6S_UW P6S_UW_inż
Kompetencje społeczne:			
K1	Rozróżnia i identyfikuje aplikacje internetowe i jest otwarty na nowe standardy oraz rozwiązania w dziedzinie IT.	ZIP_P1_K_K05	P6S_KR

3. Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Terminologia związana z gospodarką elektroniczną. Definicje rynku elektronicznego, e-handlu i e-biznesu. Organizacje wirtualne i sieciowe. Infrastruktura technologiczna elektronicznego biznesu. Korzyści i wady e-biznesu. Zasady ochrony zasobów informatycznych. Rodzaje zabezpieczeń. Polityka zabezpieczeń. Certyfikaty cyfrowe – typy i sposoby weryfikacji. Podpis elektroniczny. Definicja handlu elektronicznego (e-commerce). Cechy e-commerce wpływające na koszty i popyt. Etapy rozwoju e-commerce. Sektory biznesy elektronicznego. Modele e-handlu w wybranych relacjach. Formy e-commerce. Modele biznesowe w e-handlu. E-sklepy – elementy, architektura, podział, cechy, zalety i wady. Pasaże handlowe – definicja, zalety, rodzaje, sposoby finansowania. Aukcje internetowe – definicja, rodzaje, sposoby prowadzenia. Pasaże handlowe – definicja i klasyfikacja.	Wykład	W1

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
2.	Praktyczny e-biznes – stworzenie własnej aplikacji internetowej (strony www) dla firmy istniejącej na rynku (zgłoszonej do udziału w projekcie "Student zaprojektuje Twoją stronę www" lub własnej (praca indywidualna). Praca na CMS WordPress – projektowanie i budowa strony internetowej, podstron oraz używanie modułów, m.in. formularz kontaktowy, popup, slider. Skuteczna sprzedaż w Internecie – omówienie podstawowych pojęć, stworzenie e-sklepu z kilkunastoma produktami prostymi i złożonymi oraz poprawnym procesem składania zamówienia. Omówienia aspektów prawnych funkcjonowania sklepów internetowych – stworzenie regulaminu sklepu, polityki prywatności oraz informacji o wykorzystaniu "ciasteczek". Dostosowywanie stron do wymagań SEO.	Ćwiczenia laboratoryjne	U1, U2, K1

4. Metody prowadzenia zajęć, weryfikacji efektów uczenia się i warunki zaliczenia

Forma zajęć		
Wykład	Metody prowadzenia zajęć:	
	Wykład	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Zaliczenie pisemne	100%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
	Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest zaliczenie na min. 60% (8,5 pkt) testu pisemnego dotyczącego wszystkich treści prezentowanych podczas wykładów i składającego się z 8 pytań zamkniętych (każde pytanie 1 pkt) oraz 8 pytań otwartych (każde pytanie 1 pkt, ale jest możliwość otrzymania również 0,5 pkt za połowicznie poprawną odpowiedź). Osoby, które otrzymały ocenę pozytywną z zaliczenia w pierwszym terminie i były aktywne (aktywnie uczestniczyły w dyskusji podczas wykładów - min. 3 plusy) - będą miały podniesioną ocenę z zaliczenia pisemnego o pół stopnia w górę (nie dotyczy to osób, które nie zaliczyły testu w pierwszym terminie lub z testu otrzymały ocenę bardzo dobry).	

Ćwiczenia laboratoryjne	Metody prowadzenia zajęć:	
	Ćwiczenia laboratoryjne	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Projekt	100%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
	Stworzenie strony www wraz z e-sklepem dla wybranej firmy (wersja dostosowana na desktop i mobile). Elementy oceniane: wygląd strony głównej (estetyka wykonania, kolorystyka, układ graficzny, dobór czcionki, ilość znaków na stronie), menu (czy jest poprawne, działające, odpowiednio ułożone), Pop-up (czy jest, wygląd, czy działa po kliknięciu), slider (min. 4 slajdy, estetycznie wykonane, klikalne, zawierający nie tylko zdjęcia, ale i treści), wpisy na blogu (min. 3 wpisy, ładne, unikalne, długie, ze zdjęciami w treści i obrazkami wyróżniającymi), sidebar (jeżeli jest to czy jest dostosowany do strony, zawiera odpowiednie widgety - bez meta i archiwum), stopka (z danymi firmy, regulaminem sklepu i polityką prywatności - klikalną oraz innymi widgetami wg uznania), podstrona "o firmie" (dostosowana pod kątem marketingowym, ciekawa i interesująca), podstrona kontakt z formularzem kontaktowym (zawierająca dane firmy, mapkę i formularz, który jest dostosowany i klikalny), e-sklep (ilość i jakość produktów - min. 10 produktów, w tym min. 2 produkty złożone - wszystkie z obrazkami wyróżniającymi, przy wariantach ze zmianą obrazka), regulamin sklepu, polityka prywatności (czy są, wypełnione poprawnymi danymi, zgodne z obowiązującym prawem), informacja o cookies (czy się wyświetla, kolorystyka, czytelność, z opcją wyrażenia zgody i polityką prywatności - wszystko klikalne), składanie zamówienia, kupony (czy proces składania zamówienia w e-sklepie jest poprawny, wszystkie elementy w języku strony, klikalne, możliwe do uzupełnienia, opcje wysyłki i płatności skonfigurowane we właściwy sposób), MyStickyMenu (czy się wyświetla, klikalna, dobrane kolorystycznie, z informacją o kuponie do sklepu), filtry do sklepu (jeżeli są to ile i jakość), dodatkowe (plusy, podstrony, praca na zajęciach itp.). Zaliczenie (bez oceny) dostosowania strony głównej (dwie zielone buźki) a także uzupełnienie wyłącznie fraz kluczowych wszystkich pozostałych stron, wpisów i produktów pod kątem SEO.	

Efekt uczenia się dla przedmiotu	Metody (sposoby) weryfikacji	
	Zaliczenie pisemne	Projekt
W1	x	
U1		x
U2		x
K1		x

5. Literatura

Literatura podstawowa

1. Bartczak A., 2016, Bariery rozwojowe handlu elektronicznego, Wyd. Exante
2. Chmielarz W., 2007, Systemy biznesu elektronicznego, Wyd. DIFIN
3. Skorupska J., 2017, E-commerce, Strategia-zarządzanie-finanse, Wyd. PWN
4. Sławińska M., 2010, Modele biznesu w handlu detalicznym, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu
5. Wrycza S., 2010, Informatyka ekonomiczna, Podręcznik akademicki, Wyd. PWE

Literatura uzupełniająca

1. Kłak M., 2010, Zarządzanie wiedzą we współczesnym przedsiębiorstwie, Wyd. WSEiP
2. Tiwana A., 2003, Przewodnik po zarządzaniu wiedzą, e-biznes i zastosowania CRM, Wyd. Placet

6. Nakład pracy studenta - bilans godzin i punktów ECTS

Aktywność studenta		Obciążenie studenta Liczba godzin
Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia	Wykład	15
	Ćwiczenia laboratoryjne	30
Praca własna studenta	Konsultacje	5
	Przygotowanie do zajęć	1
	Przygotowanie projektu	5
	Studiowanie literatury	1
	Przygotowanie do zaliczenia	3
Łączny nakład pracy studenta		60
Liczba punktów ECTS		2

* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut