



**POLITECHNIKA
BYDGOSKA**
Wydział Zarządzania

Karta przedmiotu
Handel elektroniczny i e-business

1. Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów Wydział Zarządzania Poziom studiów pierwszego stopnia (lic.) Profil studiów Profil ogólnoakademicki Forma studiów studia stacjonarne		Cykl kształcenia (nabór) 2023/24 Kod przedmiotu 08ZAS.PL10C.0900.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy Blok zajęciowy Przedmioty kierunkowe
Wymagania wstępne	Podstawy obsługi komputera, swobodne poruszanie się po zasobach internetowych	
Przedmioty wprowadzające	Podstawy zarządzania, Społeczeństwo informacyjne, Informatyka w zarządzaniu	
Koordinator	Kinga Krupcała	
Okres Semestr 5	Forma zaliczenia Zaliczenie na ocenę Forma prowadzenia i godziny zajęć Wykład: 15 Ćwiczenia laboratoryjne: 30	Liczba punktów ECTS 3.0

2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
Wiedza:			
W1	Definiuje gospodarkę elektroniczną i handel elektroniczny, wymienia ich składniki, rodzaje i sektory. Wyjaśnia i interpretuje podstawowe komponenty i typologię systemów informacyjno-wyszukiwawczych oraz aplikacji Internetowych. Ma zaawansowaną wiedzę w zakresie języków opisu i prezentacji dokumentów z wykorzystaniem języków skryptowych. Rozpoznaje zagrożenia e-commerce.	ZA_O1_K_W20	P6S_WG
Umiejętności:			
U1	Student dobiera i konfiguruje narzędzia dostępne online w Internecie.	ZA_O1_K_U21	P6S_UW
U2	Student projektuje i wykonuje aplikacje sieciowe wykorzystując język opisu i prezentację dokumentów internetowych.	ZA_O1_K_U02	P6S_UW
Kompetencje społeczne:			
K1	Jest otwarty na nowe standardy i rozwiązania w dziedzinie IT.	ZA_O1_K_K06	P6S_KO
K2	Potrafi zdobyć wiedzę i materiał od innych osób i organizacji, które są niezbędne do samodzielnego wykonania projektu.	ZA_O1_K_K01	P6S_KO

3. Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Przypomnienie terminologii związanej 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, K2

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 wykonany, klikalny, 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
K2		x

5. Literatura

Literatura podstawowa

1. Bartczak A., 2016, Bariery rozwojowe handlu elektronicznego, Wyd. Exante
2. Mourya S. K., Gupta S., 2015, E-Commerce, Wyd. Alpha Science International Limited, Oxford, England
3. Skorupska J., 2017, E-commerce, Strategia-zarządzanie-finance, Wyd. PWN
4. Wrycza S., 2010, Informatyka ekonomiczna, Podręcznik akademicki, Wyd. PWE

Literatura uzupełniająca

1. Kłak M., 2010, Zarządzanie wiedzą we współczesnym przedsiębiorstwie, Wyd. WSEiP
2. Rauland P., 2020, Mastering WooCommerce 4 : Build Complete E-commerce Websites with WordPress and WooCommerce From Scratch, Wyd. Packt Publishing, Birmingham, UK

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	10
	Przygotowanie do zajęć	3
	Studiowanie literatury	2
	Przygotowanie projektu	20
	Przygotowanie do zaliczenia	10
Łączny nakład pracy studenta		90
Liczba punktów ECTS		3

* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut