

I. KARTA PRZEDMIOTU

1. Nazwa przedmiotu: **Handel Elektroniczny**
2. Kod przedmiotu:
3. Jednostka prowadząca: **Wydział Nawigacji i Uzbrojenia Okrętowego**
4. Kierunek: **Informatyka**
5. Specjalność: **Informatyzacja Organizacji**
6. Moduł: **specjalistyczny**
7. Poziom studiów: **I-go stopnia**
8. Forma studiów: **stacjonarne**
9. Semestr studiów: **VI**
10. Profil: **ogólnoakademicki**
11. Prowadzący: Regina BORYS
12. Data aktualizacji: **2013-09-30**

CEL PRZEDMIOTU

- C1** Zapoznanie z nowoczesnymi formami prowadzenie biznesu internetowego (modele, działania promocyjne, elektroniczny PR, badania marketingowe).
- C2** Zapoznanie z uwarunkowaniami prawnymi e-działalności.
- C3** Zapoznanie z procesem tworzenia oferty biznesowej w Internecie (strona techniczna przedsięwzięcia).
- C4** Umiejętność analizy potrzeb przedsiębiorstwa w zakresie e-biznesu i prawidłowe opracowanie strony technicznej takich wdrożeń.
- C5** Umiejętność rzeczowej analizy i krytycznego podejścia do możliwości Internetu w zakresie handlu elektronicznego (wady, zalety, zagrożenia).

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- 1** Wiedza i umiejętności w zakresie grafiki komputerowej i komunikacji człowiek - komputer oraz projektowania serwisów www.
- 2** Wiedza i umiejętności w zakresie baz danych oraz przetwarzania i wizualizacji danych.
- 3** Wiedza w zakresie podstaw przedsiębiorczości.

EFEKTY KSZTAŁCENIA

- EK1** Student zna nowoczesne modele biznesu elektronicznego, jego możliwości i trendy rozwoju.
- EK2** Student posiada wiedzę o podstawowych regulacjach prawnych dotyczących handlu elektronicznego.
- EK3** Student zna metody badań marketingowych oraz elektronicznych działań promocyjnych.
- EK4** Student zna etapy procesu wprowadzania handlu elektronicznego dla przedsiębiorstwa.
- EK5** Student potrafi identyfikować podstawowe modele, składniki i standardy handlu elektronicznego.
- EK6** Student potrafi analizować strony www i oferowane usługi e-przedsiębiorstw, określając ich funkcjonalność według wybranych kryteriów.
- EK7** Student potrafi opracować proces wprowadzania handlu elektronicznego dla wybranego przedsiębiorstwa (analiza, koncepcja i narzędzia, sposób realizacji).
- EK8** Student potrafi rzeczowo uzasadnić opracowany proces wprowadzania handlu elektronicznego dla wybranego przedsiębiorstwa.

- EK9 Student uważnie śledzi treści wykładu, zadaje pytania gdy ma trudności ze zrozumieniem, dyskutuje podczas zajęć, w celu lepszego zrozumienia materiału wyszukuje informacje uzupełniające z innych źródeł.
- EK10 Aktywnie uczestniczy w wykładzie, ćwiczeniu, laboratorium i zgłasza się do odpowiedzi w przypadku gdy wykładowca zadaje pytanie dotyczące ich treści. Zgłasza wykładowcy swoje uwagi lub uzupełnienia odnoszące się do treści wykładów i laboratorium.

STRUKTURA PRZEDMIOTU

	Forma zajęć- wykłady	Liczba godzin	Forma zajęć- ćwiczenia	Liczba godzin	Forma zajęć- laboratoria	Liczba godzin
EK1	W1	4	
EK2	W2, W3	8	...			
EK3	W4, W5, W6	12				
EK4	W7	6	...			
EK5			...		L1	4
EK6		L2	6
EK7					L3	14
EK8			...		L4	6
Suma godzin		30		0		30

TREŚCI PROGRAMOWE

- W1 Rozwój społeczeństwa informacyjnego. Internet w gospodarce i życiu codziennym. Elementy e-biznesu (możliwości, rozwój, podział, techniczne podstawy). Modele biznesu internetowego.
- W2 Handel elektroniczny - organizacja sprzedaży i serwisu. Ograniczenia handlu elektronicznego. Płatności i sprzedaż ratalna. Prawa konsumenta. Podatki.
- W3 Handel elektroniczny - uwarunkowania prawne (międzynarodowe, europejskie i polskie). Ochrona informacji biznesowej w gospodarce elektronicznej. Bezpieczeństwo transakcji elektronicznych.
- W4 Badania marketingowe w Internecie.
- W5 Internetowe działania promocyjne - formy działania, miejsca, kampanie reklamowe, ich efektywność, zasady organizacji kampanii reklamowych.
- W6 E-PR - serwisy firmowe, internetowe biura prasowe, blogi firmowe, mailing, konkursy internetowe.
- W7 Tworzenie oferty handlowej w Internecie (analiza problemu, koncepcja i narzędzia, sposób realizacji, projekt funkcjonalnej witryny).
- L1 Ocena wybranych modeli biznesu elektronicznego.
- L2 Ocena oferty handlowej w Internecie - analiza przykładów.
- L3 Opracowanie procesu wdrożenia handlu elektronicznego dla wybranego przedsiębiorstwa (praca grupowa).
- L4 Omówienie przygotowanego opracowania (referowanie i dyskusja wobec grupy słuchaczy).

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

- 1 Notebook z projektorem
- 2 Tablica i kolorowe pisaki
- 3 Komputer z dostępem do Internetu.

SPOSOBY OCENY (F-FORMUJĄCA, P-PODSUMOWUJĄCA)

F1	Sprawdziany	EK1;EK2;EK3;EK4
P1	Sprawozdania (waga 10%)	EK5; EK6
P2	Projekt (waga 40%)	EK7
P3	Dyskusja - odp. ustna (waga 10%)	EK8
P4	Kolokwium (pytania otwarte; waga 40%)	EK1-EK4

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności		
	semestr	VI	razem
Godziny kontaktowe z nauczycielem		62	62
Przygotowanie się do wykładów i ćwiczeń		12	12
Samodzielne opracowanie zagadnień		20	20
Rozwiązywanie zadań domowych		0	0
...			
	SUMA GODZIN W SEMESTRZE	94	r.a 94
	PUNKTY ECTS W SEMESTRZE	4	r.a 4

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

- 1 Chmielarz W., Systemy biznesu elektronicznego, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2007
- 2 Dudko M., E-biznes. Poradnik praktyka, Helion, 2010
- 3 Mazurek G., Promocja w Internecie, ODDK, Gdańsk 2008
- 4 Michalak P., Daszkiewicz D., Musz A., Marketing wirusowy w Internecie, Helion, 2009
- 5 Hipsz T., Firma w Internecie. Poradnik subiektywny, Helion, 2012

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIĘ, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

- 1 mgr inż. Regina Borys r.borys@amw.gdynia.pl