



AKADEMIA MORSKA W GDYNI
Wydział Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	w jęz. polskim	HANDEL ELEKTRONICZNY
			w jęz. angielskim	ELECTRONIC COMMERCE

Kierunek	Innowacyjna Gospodarka
Specjalność	Informatyka Gospodarcza
Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
Forma studiów	stacjonarne
Profil kształcenia	ogólnoakademicki
Status przedmiotu	obowiązkowy
Rygor	zaliczenie z oceną

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
V	3	1		1		15		15	
Razem w czasie studiów						30			

Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji

Rozeznanie w technologiach internetowych, podstawowa wiedza o marketingu.

Cele przedmiotu

Przedstawienie stanu obecnego i możliwości rozwojowych handlu elektronicznego w relacji B2C i B2B. Przekazanie wiedzy na temat technologicznych podstaw oprogramowania wspierającego obszar handlu elektronicznego.

Osiągane efekty kształcenia dla przedmiotu (EKP)

Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia
EKP_01	wskazuje nowe możliwości, jakie stwarza Internet dla rozwoju działalności handlowej oraz wymienia specyficzne cechy handlu internetowego	K_W02, K_U01, K_K01
EKP_02	zna zasady funkcjonowania sklepów internetowych oraz funkcjonalności oprogramowania e-sklepu	K_W11, K_U02
EKP_03	potrafi wybrać oprogramowanie e-sklepu i wskazać sposób jego promowania i utrzymania stosownie do charakteru działalności handlowej	K_W02, K_W06, K_W12, K_U02, K_U07
EKP_04	ma rozeznanie w modelach biznesowych dotyczących wymiany handlowej między przedsiębiorstwami	K_W03, K_W06, K_U08
EKP_05	zna podstawowe zasady bezpiecznych zachowań w Internecie i zapewnienia bezpieczeństwa użytkownikom własnej witryny internetowej, w szczególności e-sklepu	K_W10, K_U05, K_K07

Treści programowe	Liczba godzin				Odniesienie do EKP
	W	C	L	P	
Modele handlu internetowego C2C, B2C. Źródła historyczne e-	2				EKP_01, EKP_04

handlu				
Cechy charakterystyczne i standardy stosowane w e-sklepach. Przegląd platform sklepowych B2C i możliwości organizacji własnego e-sklepu	4		10	EKP_02, EKP_03
Procesy związane z funkcjonowaniem e-sklepu: marketing, logistyka, płatności	4		4	EKP_02, EKP_03, EKP_05
Handel B2B, modele, funkcjonalności platform handlowych B2B	2			EKP_04
Integracja platformy sklepowej z innymi systemami firmy oraz systemami zewnętrznymi (płatności, obsługa logistyczna itp.)	2		0,5	EKP_02, EKP_03, EKP_05
Bezpieczeństwo witryny sklepowej i klienta e-sklepu	1		0,5	EKP_05
Łącznie godzin	15		15	

Metody weryfikacji efektów kształcenia dla przedmiotu									
Symbol EKP	Test	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Sprawozdanie	Projekt	Prezentacja	Zaliczenie praktyczne	Inne
EKP_01				X					
EKP_02				X	X			X	
EKP_03				X	X			X	
EKP_04				X					
EKP_05				X					

Kryteria zaliczenia przedmiotu
Projekt witryny sklepowej zrealizowany na wybranej platformie programowej oraz plan utrzymania i promocji sklepu wybranej branży, próg zaliczenia 60%, 50% oceny końcowej
Sprawdzian pisemny z treści prezentowanych na wykładzie, próg zaliczenia 60%, 50% oceny końcowej
Uwaga: student otrzymuje ocenę powyżej dostatecznej, jeżeli uzyskane efekty kształcenia przekraczają wymagane minimum.

Nakład pracy studenta				
Forma aktywności	Szacunkowa liczba godzin przeznaczona na zrealizowanie aktywności			
	W	C	L	P
Godziny kontaktowe	15		15	
Czytanie literatury	10		8	
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych			8	
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	5			
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania			5	
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	2		1	
Udział w konsultacjach	2		4	
Łącznie godzin	34		41	
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu	75			
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	3			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	41		2	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	40		2	

Literatura podstawowa
M. Dutko (red.), Biblia e-biznesu. Nowy testament, Helion, 2016
Ejtminowicz T i in., Technologia w e-commerce, Helion, 2013
Źródła internetowe:
http://www.internetstandard.pl/
https://www.ekomercyjnie.pl/
Literatura uzupełniająca
Hartman A, Sifonis J., e-biznes, strategie sukcesu, Liber, 2001
Dutko M.(red.), Biblia e-biznesu, Helion, 2013

Osoba odpowiedzialna za przedmiot	
mgr Lidia Rosicka	KSI
Pozostałe osoby prowadzące przedmiot	

--	--