



AKADEMIA MORSKA W GDYNI
Wydział Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	w jęz. polskim	NARZĘDZIA MARKETINGU ELEKTRONICZNEGO TOOLS OF E-COMMERCE MARKETING
			w jęz. angielskim	

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

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
VI	2	1		1		15		15	
Razem w czasie studiów						30			

Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji
Teoretyczna i praktyczna znajomość podstaw technologii internetowych. Odbycie kursu `Technologie informacyjne`

Cele przedmiotu
Zapoznanie studentów z narzędziami audytu SEO i analityki Web. Zapoznanie studentów metodami pozycjonowania witryn. Zapoznanie studentów z technikami marketingu elektronicznego.

Osiągane efekty kształcenia dla przedmiotu (EKP)		
Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia
EKP_01	potrafi identyfikować cele marketingu elektronicznego	K_W06, K_W07, K_U08, K_K01
EKP_02	potrafi charakteryzować i dobierać narzędzia marketingu elektronicznego	K_U02, K_U08
EKP_03	potrafi stosować zasady promocji witryn internetowych oraz dobierać metody pozycjonowania witryn	K_W06, K_U02, K_U03, K_U05, K_U08, K_K03, K_K06, K_K08
EKP_04	potrafi przeprowadzać audyt SEO	K_W06, K_U02, K_U03, K_U05, K_U08
EKP_05	potrafi posługiwać się narzędziami analityki internetowej	K_U02, K_U03, K_U05, K_K03, K_K08
EKP_06	potrafi podejmować zadania indywidualne lub zespołowe na potrzeby realizacji projektów oraz współdziałać i czynnie uczestniczyć w wykonywaniu tych zadań	K_W07, K_U03, K_U08, K_K02, K_K08

EKP_07	potrafi korzystać z dokumentacji, źródeł literaturowych oraz instrukcji	K_W07, K_U02, K_U05, K_K01, K_K06
--------	---	---

Treści programowe	Liczba godzin				Odniesienie do EKP
	W	C	L	P	
Marketing elektroniczny a marketing tradycyjny	2				EKP_01, EKP_02
Publikowanie i promocja witryn internetowych Publikowanie i promocja witryn internetowych. Pozycjonowanie witryn jako narzędzie marketingu. Metody pozycjonowania witryn	4		4		EKP_02, EKP_03, EKP_06, EKP_07
Audyt witryn internetowych	3		4		EKP_01, EKP_04, EKP_06, EKP_07
Analityka internetowa	2		4		EKP_01, EKP_05
Inne formy marketingu elektronicznego: E-mail marketing, Marketing społecznościowy, newslettery i inne	2		1		EKP_01, EKP_02, EKP_06, EKP_07
Kampanie marketingowe w Internecie – metody i narzędzia	2		2		EKP_01, EKP_02, EKP_06, EKP_07
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			X	X		X	X	
EKP_02	X			X	X		X	X	
EKP_03	X			X	X		X	X	
EKP_04	X			X	X			X	
EKP_05	X			X	X			X	
EKP_06					X			X	
EKP_07					X			X	

Kryteria zaliczenia przedmiotu
Student uzyskał zakładane efekty kształcenia. Aktywność na wykładzie. Waga zaliczeniowa: 20%. Wykład: Kolokwium. Pisemny test zaliczający. Próg zaliczenia 60%. Waga zaliczeniowa: 40%. Laboratorium: Wykonanie i zaliczenie wszystkich ćwiczeń laboratoryjnych (również oddanie sprawozdań). Próg zaliczający 75%. Waga zaliczeniowa: 40%. Zaliczenie przedmiotu: pozytywna ocena z laboratorium i pozytywna ocena z wykładu. 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	8		5	
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych			5	
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	5		4	
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania			4	
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	2		2	
Udział w konsultacjach	5		5	
Łącznie godzin	35		40	
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu	75			
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	2			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	40		2	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	44		2	

Literatura podstawowa

Frontczak T., Marketing internetowy w wyszukiwarkach, Helion 2006.
 Benicewicz-Miazga A., M. Nowakowski, Webpositioning. Skuteczne pozycjonowanie w Internecie czyli jak efektywnie wypromować witrynę, Mikom 2005
 Brady R., Forrest E., Mizerski R.: Marketing w Internecie, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2002
 Herzberg A., Google AdSense. Poznaj sekrety Google, Złote Myśli – dostępne jako ebook
 Mcleod A., Marketing internetowy w praktyce, Złote Myśli – dostępne jako ebook
 Frontczak A., Marketing internetowy w wyszukiwarkach, Helion, Gliwice 2006

Literatura uzupełniająca

Kaushik A., Web Analytics: An Hour a Day. Sybex Wiley Publishing, Inc., Indianapolis, 2007
 Clifton B., Advanced Web Metrics with Google Analytics, Sybex Wiley Publishing, Inc., Indianapolis, 2007

Osoba odpowiedzialna za przedmiot

dr hab. inż. Ireneusz Czarnowski prof. nadzw. AMG

KSI

Pozostałe osoby prowadzące przedmiot

mgr Natalia Mańkowska

KSI