



UNIWERSYTET MORSKI 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	niestacjonarne
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	3					9		9	
Razem w czasie studiów						18			

Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji
Teoretyczna i praktyczna znajomość podstaw technologii internetowych oraz wiedzy z zakresu podstaw marketingu.

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

Osiągane efekty uczenia się dla przedmiotu (EKP)		
Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
EKP_01	potrafi identyfikować cele marketingu elektronicznego	NK_W06, NK_W07, NK_U08, NK_K01
EKP_02	potrafi charakteryzować i dobierać narzędzia marketingu elektronicznego	NK_U02, NK_U08, NK_U12
EKP_03	potrafi stosować zasady promocji witryn internetowych oraz dobierać metody pozycjonowania witryn	NK_W06, NK_U02, NK_U03, NK_U05, NK_U08, NK_U13
EKP_04	potrafi przeprowadzać audyt SEO	NK_W06, NK_U02, NK_U03, NK_U05, NK_U08
EKP_05	potrafi posługiwać się narzędziami analityki internetowej	NK_U02, NK_U03, NK_U05, NK_U13, NK_U14
EKP_06	potrafi podejmować zadania indywidualne lub zespołowe na potrzeby realizacji projektów oraz współdziałać i czynnie uczestniczyć w wykonywaniu tych zadań	NK_W07, NK_U03, NK_U08, NK_K02,
EKP_07	potrafi korzystać z dokumentacji, źródeł literaturowych oraz instrukcji	NK_W07, NK_U02, NK_U05, NK_K01

Treści programowe	Liczba godzin				Odniesienie do EKP
	W	C	L	P	
Marketing elektroniczny a marketing tradycyjny	1				EKP_01, EKP_02
Publikowanie i promocja witryn internetowych Publikowanie i promocja witryn internetowych. Pozycjonowanie witryn jako narzędzie marketingu. Metody pozycjonowania witryn	2		2		EKP_02, EKP_03, EKP_06, EKP_07
Audyt witryn internetowych	2		2		EKP_01, EKP_04, EKP_06, EKP_07
Analityka internetowa	1		2		EKP_01, EKP_05
Inne formy marketingu elektronicznego: E-mail marketing, Marketing społecznościowy, newslettery i inne	1		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	9		9		

Metody weryfikacji efektów uczenia się dla przedmiotu									
Symbol EKP	Test	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Sprawozdanie	Projekt	Prezentacja	Zaliczenie praktyczne	Inne
EKP_01	x			x	x			x	
EKP_02	x			x	x			x	
EKP_03	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
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 uczenia się przekraczają wymagane minimum.

Nakład pracy studenta				
Forma aktywności	Szacunkowa liczba godzin przeznaczona na zrealizowanie aktywności			
	W	C	L	P
Godziny kontaktowe	9		9	
Czytanie literatury	14		8	
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych			8	
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	5		4	
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania			4	
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	2			
Udział w konsultacjach	1		2	
Łącznie godzin	31		35	
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu	66			
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	3			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	35		1	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	23		1	

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
Marzec K., Narzędzia Google dla e-commerce, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2016

Królewski J., Sala P. (red.), E-marketing. Współczesne trendy – pakiet startowy, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013
 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

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. UMG

KSI

Pozostale osoby prowadzące przedmiot

dr Natalia Mańkowska

KSI