



## KARTA PRZEDMIOTU

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

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

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
VI	3	1		1		15		15	
<b>Razem w czasie studiów</b>						<b>30</b>			

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

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

<b>Osiągane efekty uczenia się dla przedmiotu (EKP)</b>		
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,

Treści programowe	Liczba godzin				Odniesienie do EKP
	W	C	L	P	
Marketing elektroniczny a marketing tradycyjny.	3				EKP_01, EKP_02
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	2		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
<b>Łącznie godzin</b>	<b>15</b>		<b>15</b>		

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	15		15	
Czytanie literatury	8		5	
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych			5	
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	9		4	
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania			4	
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	2			
Udział w konsultacjach	1		2	
<b>Łącznie godzin</b>	<b>35</b>		<b>35</b>	
<b>Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu</b>	<b>70</b>			
<b>Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu</b>	<b>3</b>			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	35		1	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	35		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

**Pozostałe osoby prowadzące przedmiot**

dr Natalia Mańkowska

KSI