

Wydział Informatyki i Zarządzania

KARTA PRZEDMIOTU**Nazwa w języku polskim** E-marketing**Nazwa w języku angielskim** E-marketing**Kierunek studiów (jeśli dotyczy):** Zarządzanie**Specjalność (jeśli dotyczy):** Technologie informacyjne w zarządzaniu**Stopień studiów i forma:** II stopień, stacjonarne**Rodzaj przedmiotu:** obowiązkowy**Kod przedmiotu** IEZ1157**Grupa kursów** NIE

	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium
Liczba godzin zajęć zorganizowanych w Uczelni (ZZU)	15	15			
Liczba godzin całkowitego nakładu pracy studenta (CNPS)	30	30			
Forma zaliczenia	zaliczenie na ocenę	zaliczenie na ocenę			
Dla grupy kursów zaznaczyć kurs końcowy (X)					
Liczba punktów ECTS	1	1			
w tym liczba punktów odpowiadająca zajęciom o charakterze praktycznym (P)		1			
w tym liczba punktów ECTS odpowiadająca zajęciom wymagającym bezpośredniego kontaktu (BK)	0,5	0,5			

*niepotrzebne skreślić

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

1. Znajomość podstaw marketingu

CELE PRZEDMIOTU

C1. Zdobycie przez studenta wiedzy dotyczącej problematyki współczesnego marketingu w Internecie i mediach cyfrowych

C2. WYROBIENIE UMIEJĘTNOŚCI ANALIZY I PLANOWANIA DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH Z UŻYCIEM NOWOCZESNYCH MEDIÓW W ŚRODOWISKU GLOBALNYM.

PRZEDMIOTOWE EFEKTY KSZTAŁCENIA

Z zakresu wiedzy:

PEK_W01 – Jest w stanie zidentyfikować i wytłumaczyć rolę rozwoju technologicznego i cywilizacyjnego w tworzeniu strategii marketingowych

PEK_W02 – Zna metody i techniki analizy i planowania działań marketingowych z użyciem nowoczesnych mediów.

Z zakresu umiejętności:

PEK_U01 – Potrafi zaplanować i przeprowadzić działania marketingowe z użyciem nowoczesnych mediów.

PEK_U02 – Potrafi użytkować nowoczesne narzędzia marketingowe i koordynować globalne działania przedsiębiorstwa w Internecie i mediach cyfrowych.

Z zakresu kompetencji społecznych:

PEK_K01 – Jest świadomy różnic międzynarodowych i międzykulturowych w działalności gospodarczej i obsłudze klienta.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć - wykład		Liczba godzin
Wy1	Ewolucja współczesnego marketingu.	1
Wy2	Wpływ społeczeństwa informacyjnego na strategię marketingowe.	2
Wy3	Polityka produktowa w Internecie	2
Wy4	Strategie cenowe w mediach cyfrowych	2
Wy5	Dystrybucja i e-commerce	2
Wy6	Promocja w mediach cyfrowych	2
Wy7	E-marketing międzynarodowy i międzykulturowy	2
Wy8	Kolokwium zaliczeniowe	2
Suma godzin		15

Forma zajęć - ćwiczenia		Liczba godzin
Ćw1	Wprowadzenie do zajęć	1
Ćw2	Analiza strategii produktowych	2
Ćw3	Analiza strategii cenowych	2
Ćw4	Analiza strategii dystrybucyjnych	2
Ćw5	Analiza strategii promocyjnych	2
Ćw6	Analiza pozostałych elementów marketing-mix	2
Ćw7	Analiza uwarunkowań międzynarodowych w e-marketingu	2
Ćw8	Analiza uwarunkowań międzykulturowych w e-marketingu	2
Suma godzin		15

Forma zajęć - laboratorium		Liczba godzin
La1		
Suma godzin		

Forma zajęć - projekt		Liczba godzin
Pr1		
Suma godzin		

Forma zajęć - seminarium		Liczba godzin

Se1		
	Suma godzin	

STOSOWANE NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE
N1. Wykład informacyjny N2. Prezentacja multimedialna N3. Wykład problemowy N4. Analiza przypadków N5. Praca w grupach N6. Ćwiczenia problemowe

OCENA OSIĄGNIĘCIA PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

Oceny (F – formująca (w trakcie semestru), P – podsumowująca (na koniec semestru))	Numer efektu kształcenia	Sposób oceny osiągnięcia efektu kształcenia
P1 (wykład)	PEK_W01, PEK_W02, PEK_K01	Kolokwium
F1 (ćwiczenia)	PEK_U01, PEK_U02, PEK_K01	Prezentacja multimedialna
F2 (ćwiczenia)	PEK_U01, PEK_U02, PEK_K01	Raport
P2 (ćwiczenia) = 0,5*F1 + 0,5*F2		

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA
<p><u>LITERATURA PODSTAWOWA:</u></p> <p>[1] Agnieszka Izabela Baruk, Katarzyna Hys, Adam Dzikowski, Marketing dla inżynierów , PWE, 2012</p> <p>[2] Dominik Kaznowski, Nowy marketing w internecie, Difin, 2007</p> <p>[3] Mirosław Pacut , Krystyna Śliwińska, Narzędzia i techniki komunikacji marketingowej XXI wieku, Wolters Kluwer Polska, 2011</p> <p><u>LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:</u></p> <p>[1] Andrzej Limański, Ireneusz Drabik, Marketing międzynarodowy, Difin, 2010</p>
OPIEKUN PRZEDMIOTU (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)
Adam Dzikowski, adam.dzikowski@pwr.wroc.pl

MACIERZ POWIĄZANIA EFEKTÓW KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU
E-marketing
Z EFEKTAMI KSZTAŁCENIA NA KIERUNKU Zarządzanie
I SPECJALNOŚCI Technologie informacyjne w zarządzaniu

Przedmiotowy efekt kształcenia	Odniesienie przedmiotowego efektu do efektów kształcenia zdefiniowanych dla kierunku studiów i specjalności (o ile dotyczy)**	Cele przedmiotu***	Treści programowe***	Numer narzędzia dydaktycznego***
PEK_W01 (wiedza)	S2_TIZ_W01	C1	Wy1-Wy2, Wy7	N1, N2, N3
PEK_W02	S2_TIZ_W01	C1	Wy3-Wy8	N1, N2, N3
PEK_U01 (umiejętności)	S2_TIZ_U01	C2	Ćw1-Ćw8	N4, N5, N6
PEK_U02	S2_TIZ_U01	C2	Ćw1-Ćw8	N4, N5, N6
PEK_K01 (kompetencje)	K2_ZARZ_K06 K2_ZARZ_K09	C1, C2	Wy7, Ćw7-Ćw8	N1, N2, N3, N4, N5, N6

** - wpisać symbole kierunkowych/specjalnościowych efektów kształcenia

*** - z tabeli powyżej