

# KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020  
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty  
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej  
w Warszawie

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)										
<b>NAZWA PRZEDMIOTU:</b> <b>Rynki elektroniczne</b>										
<b>Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:</b>		Wydział Zarządzania i Nauk Technicznych								
<b>Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:</b>		Zarządzanie II stopnia								
<b>Profil kształcenia:</b>		ogólnoakademicki								
<b>Nazwa specjalności:</b>		eMarketing & Social Media								
<b>Rodzaj modułu uczenia się:</b>		specjalnościowy								
<b>Rok / Semestr:</b>		Rok 1/ semestr 2								
<b>Osoba koordynująca przedmiot:</b>		Mgr R. Dawidziuk								
<b>Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):</b>		Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji obejmują efekty kształcenia osiągnięte w wyniku nauczania przedmiotu marketing								
II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN										
	Wykład	Ćwiczenia	Konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Konsultacje	Egzamin/ zaliczenie	Suma godzin
Studia stacjonarne	30	30								60
Studia niestacjonarne	15									15
III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH										
<b>Formy zajęć</b>		<b>Metody dydaktyczne</b>								
<b>Wykład</b>		Praca z literaturą Wykłady zakładające hipotetyczno-dedukcyjne myślenie słuchaczy								
<b>Ćwiczenia</b>		Metody problemowe Praktyczne i aktywizujące metody projektów realizowanych na podstawie założeń podanych przez prowadzącego								
IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU I OBSZARÓW										
Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się								Odniesienie do efektu kierunkowego	
<b>Wiedza:</b>										
1.	Absolwent studiów drugiego stopnia zna i rozumie: treści współczesnych doktryn ekonomicznych i teorii przedsiębiorstwa								ZO2_W01 P7S_WG	
2.	Absolwent studiów drugiego stopnia zna i rozumie: rozpoznawanie, diagnozowanie i rozwiązywanie problemów związanych z funkcjami i procesami zarządzania								ZO2_W10 P7S_WG	
<b>Umiejętności:</b>										

## KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020  
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty  
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej  
w Warszawie

1.	Absolwent studiów drugiego stopnia potrafi: dokonywać obserwacji zjawisk i procesów w organizacji oraz ich analizy i interpretacji przy zastosowaniu zaawansowanych ujęć teoretycznych i paradygmatów badawczych	ZO2_U01 P7S_UW
2.	Absolwent studiów drugiego stopnia potrafi: wykorzystać współczesne metody do pomiaru dokonań przedsiębiorstwa	ZO2_U14 P7S_UW
<b>Kompetencje społeczne:</b>		
1.	Absolwent studiów drugiego stopnia jest gotów do: uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych	ZO2_K01 P7S_KK
2.	Absolwent studiów drugiego stopnia jest gotów do: pracy w zespole, przyjmując różne role i funkcje m.in. lidera, przywódcy, innowatora	ZO2_K08 P7S_KO
<b>V. TREŚCI PROGRAMOWE (UCZENIA SIĘ)</b>		
<b>Lp.</b>	<b>Wykład:</b>	<b>Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się</b>
1	Rynek tradycyjny via rynek elektroniczny	ZO2_W01
2	Rynki dóbr i usług cyfrowych oraz rodzaje transakcji w e-biznesie	ZO2_W10 ZO2_U01
3.	Segmenty i sektory rynku elektronicznego wzorce zachowań klienta-odbiorcy w Internecie, tworzenie sieci relacji, badania rynku Internetowego, analiza środowiska konkurencyjnego,	ZO2_U14 ZO2_K01
4.	E-administracja, E-bankowość, E-handel, E-edukacja, E-zdrowie, E-konsument – modele i wzorce zachowań klienta	ZO2_K08
5.	Wielkości i wskaźniki rynku elektronicznego (tworzenie baz danych i utrzymanie komunikacji z odbiorcą Internetowym)	
<b>Lp.</b>	<b>Ćwiczenia/warsztaty:</b>	<b>Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się</b>
1.	Transakcje w e-biznesie	ZO2_W01
2.	Modele i wzorce zachowań konsumentów w e-biznesie	ZO2_W10 ZO2_U01
3.	Analiza środowiska konkurencyjnego	ZO2_U14 ZO2_K01
4	Komunikacja w e-biznesie	ZO2_K08
<b>VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>		
<b>Efekty uczenia się</b>	<b>Metoda weryfikacji</b>	<b>Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EUS(Efekt uczenia się)</b>
<b>Wiedza:</b>		
ZO2_W01 ZO2_W10	Zaliczenie pisemne	Wykład / ćwiczenia
<b>Umiejętności:</b>		
ZO2_U01 ZO2_U14	Zaliczenie pisemne	Wykład/ ćwiczenia
<b>Kompetencje:</b>		
ZO2_K01 ZO2_K08	Zaliczenie pisemne	Wykład/ ćwiczenia
<b>VII. KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>		

## KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020  
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty  
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej  
w Warszawie

<b>Efekty uczenia się</b>	<b>Ocena niedostateczna</b> Student nie zna i nie rozumie/nie potrafi/nie jest gotów:	<b>Zakres ocen 3,0-3,5</b> Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	<b>Zakres ocen 4,0-4,5</b> Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	<b>Ocena bardzo dobra</b> Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:
Dla wszystkich efektów uczenia się	Student uzyskuje poniżej 50% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje od 50 do 69% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje od 70 do 89% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje powyżej 89% max. liczby punktów dla danego efektu

### VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS

<b>Rodzaj aktywności ECTS</b>	<b>Obciążenie studenta</b>	
	<b>Studia stacjonarne</b>	<b>Studia niestacjonarne</b>
Udział w zajęciach dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II	60	15
Egzamin/zaliczenie	1	1
Udział w konsultacjach	1	1
Projekt / esej		
Samodzielne przygotowanie się do zajęć dydaktycznych	20	43
Przygotowanie się do zaliczenia zajęć dydaktycznych	18	40
<b>Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin/ECTS</b>	<b>4ECTS/ 100 h</b>	<b>4ECTS/ 100 h</b>
Obciążenie studenta w ramach zajęć w bezpośrednim kontakcie z nauczycielem	60	15
Obciążenie studenta w ramach zajęć o charakterze praktycznym	20	45
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym	20	40
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z przygotowaniem do prowadzenia badań		

### IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

1. Justyna Skorupska E-commerce Strategia Zarządzanie Finanse Wydawnictwo Naukowe PWN 2017

#### **Literatura uzupełniająca przedmiotu:**

1. T. Ordysiński, Modelowanie strategii rozwoju e-biznesu w przedsiębiorstwie, Uniwersytet Szczeciński, Rozprawy i Studia, T. 620, Szczecin 2007.
2. D. Kaznowski, Nowy marketing, VFP Communications, Warszawa 2008.
3. E. Frąckiewicz, Marketing internetowy, WN PWN, Warszawa 2006.

#### **Inne materiały dydaktyczne:**

–