

Nazwa przedmiotu	Budowa i zarządzanie sklepem internetowym				Kod ECTS	04.2.E.FL.218					
					Pkt.ECTS	2					
					Limit osób	20					
Jednostka prowadząca przedmiot	ITIHM	Nazwa kierunku	Ekonomia/MSG		Nazwa specjalności	BRAK;					
Nazwisko prowadzącego	dr Dagmara Wach, prof. UG dr hab. Jacek Winiarski										
Forma zajęć/Liczba godzin											
Wykład	20	Ćwiczenia	0	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:	2 NS2, 3 NS2-3,				
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):						Semestr:	4, 6,				
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):						Status przedmiotu:	Fakultatywny				
Sumaryczna liczba godzin:						0	Język wykładowy:	polski			
Sposób realizacji zajęć	Zajęcia on-line.										
Metody dydaktyczne	Projekty indywidualne, Formy kształcenia na odległość (e-learning),										
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi											
Wymagania formalne	Podstawy funkcjonowania przedsiębiorstw, podstawy marketingu. Podstawowa umiejętność obsługi komputera i systemów MS Windows.										
Wymagania wstępne											
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny											
Sposób zaliczenia	Zaliczenie na ocenę										
Kryteria oceny											
Cele przedmiotu											
Celem przedmiotu do wyboru jest uzupełnienie realizacji wybranych celów kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych przewidzianych dla kierunków ekonomia i / lub międzynarodowe stosunki gospodarcze.											
Efekty kształcenia się											
Treści programowe											
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Podstawowe informacje dotyczące handlu elektronicznego: definicja biznesu i handlu elektronicznego, relacje w handlu elektronicznym</li> <li>2. Sklepy internetowe: definicja sklepu internetowego, rodzaje sklepów internetowych, zasady sprzedaży w sklepach internetowych, wybór oprogramowania sklepu internetowego, narzędzia wspomagające sprzedaż towarów w sklepie internetowym, serwisy wspomagające sprzedaż w Internecie: porównywarki cen, serwisy opiniotwórcze, serwisy wyszukujące</li> <li>3. Reklama kontekstowa: podział reklam internetowych, pojęcie reklamy kontekstowej, Google AdSense, polskie programy reklamy kontekstowej, sposoby zarabiania przy wykorzystaniu reklamy kontekstowej</li> <li>4. Pozycjonowanie i optymalizacja stron internetowych: rodzaje serwisów wyszukujących, reklama płatna, wyniki naturalne, SEO, SEM, pojęcie pozycjonowania i optymalizacji, komponent tekstowy, komponent odnośników: tworzenie odnośników wewnątrz serwisu internetowego, pozyskiwanie odnośników zewnętrznych, struktura adresów URL</li> <li>5. Programy partnerskie: istota programów partnerskich, rodzaje programów partnerskich, zasady tworzenia własnego programu partnerskiego, dobór partnerów, metody rozliczania transakcji w ramach programu partnerskiego, przykłady programów partnerskich</li> <li>6. Podstawy pracy z oprogramowaniem osCommerce: wprowadzenie poprzez panel, konfiguracja danych firmy sprzedającej sprzęt sportowy, odzież oraz suplementy diety sportowej (skonfigurowanie wymagane, dane podczas rejestracji klientów, skonfigurowanie informacji wyświetlane w liście produktów oraz magazynu</li> <li>7. Zainstalowanie modułów do obsługi transakcji (karta kredytowa, gotówka przy odbiorze, transfer, przelew bankowy, Poczta Polska - paczka priorytetowa, kurier; paczka, sprecyzowanie danych zainstalowanych modułów</li> <li>8. Wprowadzenie danych producentów oraz utworzenie struktury asortymentowej e-sklepu, wprowadzenie głównych kategorii (np. sprzęt sportowy, odzież sportowa), wprowadzenie dowolnych podkategorii dla głównych kategorii, definiowanie produktów dla każdej kategorii, utworzenie obniżki cen wybranych produktów; kwotowo oraz procentowo</li> <li>9. Utworzenie banerów przekierowujących utworzonych promocji oraz do stron domowych wybranego producenta, wybranie dowolnych polecanych produktów, utworzenie newsletterów z informacją o promocjach oraz o produktach polecanych</li> <li>10. Wykonanie kopii bezpieczeństwa bazy danych, utworzenie strony e-sklepu (zarejestrowanie nowego klienta, zamówienie dowolnej ilości towarów)</li> </ol>											
Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej											



1. Grzesiak P., Jak zarabiać w Internecie, Helion, 2007
2. Seda C., Sprzedaż online, Helion, 2008
3. Thurow S., Pozycjonowanie w wyszukiwarkach internetowych, Helion, 2008
4. B. Gregor, M. Stawiszyński, E-Commerce, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz 2002 .
5. M. Niedźwiedziński, Globalny handel elektroniczny, PWN, W-a 2004
6. Czasopisma "Internet", "PCKurier", "Chip"

Kontakt

[student@dwach.edu.pl](mailto:student@dwach.edu.pl), [Jacek.Winiarski@ug.edu.pl](mailto:Jacek.Winiarski@ug.edu.pl),