

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa w języku polskim: **Marketing internetowy**

Nazwa w języku angielskim: **Digital marketing**

Karta przedmiotu ważna od roku akademickiego: **2026/2027**

Kierunek studiów: **Zarządzanie**

Poziom studiów: **Studia I stopnia**

Forma studiów: **Niestacjonarne**

Profil: **Praktyczny**

Specjalność: **E-commerce**

Język wykładowy: **Polski**

Jednostka prowadząca: **Wydział Nauk Społecznych i Technicznych**

Opiekun przedmiotu: **dr Jolanta Dmowska, prof. UJW**

OBCIĄŻENIE STUDENTA

	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Konwersatorium	Seminarium
Liczba godzin zajęć dydaktycznych organizowanych przez Uczelnię				18	
Liczba godzin całkowitego nakładu pracy studenta				75	
Forma zaliczenia				zaliczenie na ocenę	
Liczba punktów ECTS				3	

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Brak

CELE PRZEDMIOTU

C1	Nabycie zaawansowanej wiedzy odnośnie współczesnych cech i trendów e-marketingu
C2	Zdobycie umiejętności planowania kampanii marketingowej dla wybranego przypadku

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA – PEU

Z zakresu wiedzy:

PEU_W01

Posiada zaawansowaną wiedzę na temat najnowszych trendów w e-marketingu.

Z zakresu umiejętności:

PEU_U01	Posiada umiejętność zaproponowania kampanii marketingowej w internecie dla wybranego produktu/usługi
Z zakresu kompetencji społecznych:	
PEU_K01	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, zgodnie z zasadami etyki zawodowej

TREŚCI PROGRAMOWE		
Forma zajęć – Konwersatorium		Liczba godzin
K1	Wprowadzenie. Przegląd trendów w e-marketingu.	8
K2	Planowanie kampanii marketingowej w internecie dla wybranego produktu/usługi	8
K3	Zaliczenie przedmiotu	2
Razem		18

STOSOWANE NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE	
1.	Konwersatorium: – metoda tradycyjna z wykorzystaniem multimediów – dyskusja moderowana – praca w grupie – analiza case studies

METODY I FORMY OCENY
OSIĄGNIĘCIA PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW UCZENIA

Formy oceny (F lub P)*	Numer efektu uczenia (przedmiotowego)	Metody oceny osiągnięcia efektu uczenia
P	PEU_W01, PEU_U01, PEU_K01	Zaliczenie pisemne
F	PEU_W01, PEU_U01, PEU_K01	Ocena zaangażowania na zajęciach

*F – ocena formująca (w trakcie semestru), P – ocena podsumowująca (na koniec semestru)

KRYTERIA OCENY
OSIĄGNIĘCIA PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW UCZENIA

Nr PEK	Ocena dostateczna	Ocena dobra	Ocena bardzo dobra
PEU_W01	Student potrafi wymienić współczesne cechy i trendy e-marketingu	Student potrafi wymienić i omówić współczesne cechy i trendy e-marketingu	Student potrafi wymienić i omówić współczesne cechy i trendy e-marketingu oraz podać praktyczne przykłady ich występowania

PEU_U01	Student potrafi wskazać etapy planowania kampanii marketingowej e-przedsiębiorstwa dla wybranego produktu/usługi	Student potrafi zaproponować działania do realizacji w ramach kampanii marketingowej e-przedsiębiorstwa dla wybranego produktu/usługi	Student potrafi wskazać optymalne działania do realizacji w ramach kampanii marketingowej e-przedsiębiorstwa dla wybranego produktu/usługi oraz podać wskaźniki sukcesu tej kampanii
PEU_K01	Student aktywnie uczestniczy w pracy zespołu	Student dodatkowo inspiruje innych	Student dodatkowo potrafi pełnić rolę lidera zespołu

LITERATURA PODSTAWOWA	
1)	E-Marketing. Współczesne trendy. Pakiet startowy, praca zbiorowa red. Królewski J., Sala P., PWN, 2020
2)	Mazurek G. (red), E-Marketing. Planowanie. Narzędzia. Praktyka, Poltext, 2022
LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA	
1)	Scott D.M., Nowe zasady marketingu i PR. Jak poprzez social media, podcasty, content marketing, newsjacking oraz sztuczną inteligencję dotrzeć bezpośrednio do kupujących, MTBiznes, 2022,
2)	Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I., Marketing 6.0. Przyszłość jest immersyjna, MTBiznes, 2024
ŹRÓDŁA INTERNETOWE	
Portale branżowe	

MACIERZ POWIĄZANIA

EFEKTÓW KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU MARKETING INTERNETOWY

Z EFEKTAMI UCZENIA NA KIERUNKU ZARZĄDZANIE

Przedmiotowy efekt uczenia	Odniesienie przedmiotowego efektu do efektów uczenia zdefiniowanych dla kierunku studiów i specjalności	Cele przedmiotu	Treści programowe	Numer narzędzia dydaktycznego
PEU_W01	K_W01	C1	K1-K3	1
PEU_U01	K_U01	C2	K1-K3	1
PEU_K01	K_K04	C2	K1-K3	1