

Załącznik

do Uchwały Senatu UEK nr T.0022.8.2022

z dnia 28 lutego 2022 roku

PROGRAM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

e-commerce

1. Adresaci studiów:

Studia przeznaczone są dla osób zajmujących się handlem online lub zamierzających łączyć swoją zawodową przyszłość z branżą e-commerce. Mogą to być zarówno pracownicy sklepów internetowych i wszystkich innych firm prowadzących lub rozważających sprzedaż w sieci, jak i ich właściciele oraz zarządzający. Oferta skierowana jest do specjalistów oraz pracowników średniego i wyższego szczebla menedżerskiego. Program adresowany jest do wszystkich absolwentów dowolnych studiów wyższych, którzy swoją przyszłość chcą łączyć z handlem elektronicznym (*e-commerce*).

2. Cel studiów:

Celem studiów jest nabycie i usystematyzowanie przekrojowej wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych w zakresie handlu elektronicznego. Program obejmuje marketing internetowy, ale także między innymi kwestie zarządzania, finansów, prawa, logistyki i możliwości, jakie dla biznesu stwarzają nowe technologie. Celem studiów jest ponadto zdobycie przez uczestników kwalifikacji w zakresie planowania i skutecznej realizacji przedsięwzięć wykorzystujących potencjał Internetu w zakresie sprzedaży, a także na innych polach działania przedsiębiorstw. Absolwenci studiów będą posiadali przygotowanie przydatne w wykorzystaniu nowych technologii do rozwoju przedsiębiorstw, w których pracują.

3. Program studiów:

L.p.	Przedmiot	Wymiar godzinowy	ECTS
Moduł Zarządzanie w e-commerce			
1	Wprowadzenie do e-commerce – modele i strategię	8	1
2	Zarządzanie finansami w e-commerce – rachunkowość i budżetowanie	12	2
3	Efektywny e-commerce – <i>zarządzanie sprzedażą w Internecie</i>	16	3
4	Prawo w handlu elektronicznym	12	2
5	Platformy sprzedażowe i integracja systemów	8	1
6	Zarządzanie logistyką w sklepie internetowym	8	1
7	Excel – podstawy pracy analitycznej	12	2
8	Potencjał technologii blockchain	8	1
Moduł: Marketing w e-handlu			
9	Marketing – zarządzanie i strategię	12	3
10	Psychologia i zachowania e-konsumenta	8	1
11	Marketing w mediach społecznościowych	16	3
12	Pozycjonowanie stron internetowych i e-sklepów	12	2

13	Video i content marketing	16	2
14	Copywriting – redagowanie tekstów i ich optymalizacja	8	1
15	E-mail marketing	8	1
16	Analityka internetowa	8	1
Projekt strategiczny			
17	Biznesplan przedsięwzięcia e-commerce (zajęcia projektowe)	18	3
	Suma	190	30

4. Czas trwania studiów oraz liczba godzin:

Studia podyplomowe odbywać będą się w trybie niestacjonarnym (zajęcia w soboty oraz w piątki lub niedziele). Wymiar godzin studiów podyplomowych to 190 godzin. Czas trwania studiów podyplomowych to dwa semestry.

5. Warunki oraz sposób zaliczenia studiów:

Warunkiem uzyskania zaliczenia każdego przedmiotu jest obecność na zajęciach. Każdy semestr kończy się egzaminem w formie pisemnej. Na koniec studiów słuchacze przystępują do egzaminu końcowego oraz prezentacji zaprojektowanego przedsięwzięcia e-commerce.

6. Efekty uczenia się:

Efekty uczenia się dla studiów podyplomowych		
Jednostka prowadząca:	Krakowska Szkoła Biznesu UEK	
Nazwa studiów podyplomowych:	<i>e-commerce</i>	
Dziedzina nauki:	Nauki społeczne	
Profil studiów:	ogólnoakademicki	
Poziom PRK	7	
Poziom studiów:	podyplomowe	
Liczba semestrów:	2	
Symbol efektu uczenia się dla kierunku	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk efektów uczenia się
P_W (WIEDZA) Absolwent zna i rozumie:		
EC_W1	w pogłębionym stopniu teorie i koncepcje oraz zależności ekonomiczno-społeczne stanowiące najnowszą wiedzę z zakresu handlu internetowego, marketingu cyfrowego oraz strategii przedsięwzięć wykorzystujących e-commerce.	P7S_WG
EC_W2	w pogłębionym stopniu prawne, organizacyjne	P7S_WG

	i etyczne uwarunkowania wykonywania działalności zawodowej w obszarze handlu internetowego i promocji internetowej.	
EC_W3	w pogłębionym stopniu funkcjonowanie podmiotów związanych z obszarem szeroko rozumianego handlu internetowego, zarówno w odniesieniu do poziomu operacyjnego, jak i menedżerskiego.	P7S_WG
EC_W4	w pogłębionym stopniu proces zmian zachodzący w obszarze handlu w Internecie i marketingu organizacji biznesowych, w kontekście ich przyczyn, przebiegu i konsekwencji, a także uwarunkowań etycznych i cywilizacyjnych.	P7S_WK
EC_W5	w pogłębionym stopniu zasady ochrony własności przemysłowej, intelektualnej i prawa autorskiego, ze szczególnym uwzględnieniem przestrzeni wirtualnej.	P7S_WK
P_U (UMIEJĘTNOŚCI) Absolwent potrafi:		
EC_U1	wykorzystać posiadaną wiedzę do twórczego formułowania i rozwiązywania złożonych oraz niestandardowych problemów związanych z handlem internetowym oraz wdrażania innowacyjnych i kreatywnych rozwiązań w zakresie marketingu, sprzedaży i organizacji działalności e-commerce.	P7S_UW
EC_U2	prawidłowo interpretować i wyjaśniać zjawiska oraz procesy w odniesieniu do zagadnień związanych z handlem w Internecie.	P7S_UW
EC_U3	dobierać i stosować właściwe metody i narzędzia, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne oraz informatyczne, a także fachowe słownictwo do rozwiązywania pojawiających się problemów w zakresie handlu w Internecie.	P7S_UW
EC_U4	komunikować się z szerokim i zróżnicowanym kręgiem odbiorców i partnerów na tematy związane z handlem internetowym, marketingiem w sieci, organizacją działalności e-commerce.	P7S_UK
EC_U5	kierować pracą zespołu, współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych przyjmując postawę lidera, motywować i inspirować członków zespołu do aktywności.	P7S_UO
EC_U6	samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie, a także ukierunkowywać innych w tym zakresie.	P7S_UU
P_K (KOMPETENCJE SPOŁECZNE) Absolwent jest gotów:		
EC_K1	uznawać znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów zarządczych i praktycznych dotyczących handlu w Internecie oraz sygnalizować nieprawidłowości pojawiające się w działaniach e-commerce.	P7S_KK

EC_K2	korzystać z opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemów dotyczących planów i wdrażania przedsięwzięć e-commerce.	P7S_KK
EC_K3	do wypełniania zobowiązań społecznych oraz inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego.	P7S_KO
EC_K4	inicjować działania na rzecz interesu publicznego, myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy.	P7S_KO
EC_K5	do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym do podtrzymywania odpowiedniego etosu zawodu.	P7S_KR

Objaśnienia oznaczeń w symbolach dotyczących kierunku studiów podyplomowych:

EC – kierunek studiów podyplomowych *e-commerce*

- **W** – kategoria wiedzy
- **U** – kategoria umiejętności
- **K** – kategoria kompetencji społecznych
- **01, 02, 03 i kolejne** – numer efektu uczenia się

Objaśnienia oznaczeń w odniesieniach do charakterystyk efektów uczenia się

- **P** – poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji (PRK)
- **P7S** – charakterystyka drugiego stopnia poziomu 7 PRK

P7U_W – charakterystyka uniwersalna (WIEDZA):

- **P7S_WG** – charakterystyka drugiego stopnia (zakres i głębokość)
- **P7S_WK** – charakterystyka drugiego stopnia (kontekst)

P7U_U – charakterystyka uniwersalna (UMIEJĘTNOŚCI):

- **P7S_UW** – charakterystyka drugiego stopnia (wykorzystanie wiedzy)
- **P7S_UK** – charakterystyka drugiego stopnia (komunikowanie się)
- **P7S_UO** – charakterystyka drugiego stopnia (organizacja pracy)
- **P7S_UU** – charakterystyka drugiego stopnia (uczenie się)

P7U_K – charakterystyka uniwersalna (KOMPETENCJE SPOŁECZNE):

- **P7S_KK** – charakterystyka drugiego stopnia (oceny/krytyczne podejście)
- **P7S_KO** – charakterystyka drugiego stopnia (odpowiedzialność)
- **P7S_KR** – charakterystyka drugiego stopnia (rola zawodowa)

Krakowska Szkoła Biznesu UEK będzie corocznie przeprowadzać analizę rynkową, oceniać zmiany ekonomiczne oraz potrzeby w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji uczestników studiów i dostosowywać program do oczekiwań rynku.