



<b>Przedmiot:</b> DZIAŁANIA MARKETINGOWE W INTERNECIE				
<b>Forma zajęć:</b> wykład	<b>Semestr:</b> 5	<b>Rok:</b> 3	<b>Wymiar godzin:</b> 15	<b>Punkty ECTS:</b> 3
<b>Forma zaliczenia:</b> zaliczenie na ocenę	<b>Typ przedmiotu:</b> do wyboru		<b>Język nauczania:</b> polski	
<b>Kierunek:</b> Zarządzanie		<b>Tryb:</b> stacjonarne		<b>Rodzaj:</b> licencjackie
<b>Specjalność:</b> Zarządzanie Produktem				
<b>Katedra:</b> Katedra Badań Marketingowych				
<b>Stopień naukowy wykładowcy:</b> dr		<b>Imię i nazwisko wykładowcy:</b> Magdalena Sobocińska		

**Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):**

Podstawy marketingu, Badania marketingowe

**Program przedmiotu:**

Uwarunkowania wykorzystania Internetu w marketingu  
Zakres wykorzystania Internetu w marketingu  
Etapy tworzenia strategii marketingowej w Internecie  
Możliwości zastosowania Internetu w procesie pozyskiwania informacji marketingowej  
Wykorzystanie Internetu w zarządzaniu produktem  
Proces komunikacji marketingowej w Internecie

**Metody dydaktyczne:**

Metoda podająca, wykład informacyjny; metody problemowe, wykład konwersatoryjny; wykład z wykorzystaniem techniki audiowizualnej (prezentacje multimedialne)

**Cele przedmiotu:**

Celem kursu jest zapoznanie studentów z uwarunkowaniami, zakresem oraz specyfiką prowadzenia działań marketingowych w Internecie. Zajęcia pozwolą studentom zrozumieć istotę i korzyści wynikające z prowadzenia działań marketingowych w Internecie

**Warunki zaliczenia:**

Kolokwium w formie testu i pytań otwartych (przeprowadzone na jednym z ostatnich wykładów)

**Literatura podstawowa (do 4 pozycji):**

- D. Kaznowski: Nowy marketing w Internecie, Difin, Warszawa 2007
- T. Maciejowski: Firma w Internecie. Budowanie przewagi konkurencyjnej. Kraków: Oficyna Ekonomiczna 2004
- A. Sznajder: Marketing wirtualny. Kraków: Dom Wydawniczy ABC 2000

**Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):**

- Ph. Carpenter: E-brands. Kreowanie marki w Internecie. Warszawa: WIG-Press 2001
- F. Newell: Lojalność.com. Kraków: IFC PRESS 2002
- P.B. Seybold: Klienci.com. Kraków: IFC PRESS 2001