

OPIS PROGRAMU STUDIÓW DLA KIERUNKU

E-BIZNES: E-MARKETING & E-COMMERCE

I stopnia o profilu praktycznym

1. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PROGRAMU STUDIÓW	
Wydział prowadzący studia:	Wydział Administracji i Nauk Społecznych
1.1 Nazwa programu / kierunku studiów / specjalności	Kierunek studiów: E-BIZNES: E-MARKETING & E-COMMERCE Specjalności: E-MARKETING I NOWE MEDIA E-COMMERCE I ZARZĄDZANIE E-BIZNESEM
1.2 Poziom studiów	studia pierwszego stopnia
1.3 Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji	6 Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji
1.4 Profil studiów	praktyczny
1.5 Forma /-y studiów	studia stacjonarne / studia niestacjonarne
1.6 Liczba semestrów / punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów	6 semestrów / 180 pkt ECTS
1.7 Łączna liczba godzin zajęć dydaktycznych na studiach stacjonarnych/ niestacjonarnych	studia stacjonarne – 2290 godzin / studia niestacjonarne – 1700 godzin w tym: 6-miesięczne praktyki zawodowe
1.8 Łączna liczba ECTS zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub społecznych	180 pkt ECTS
1.9 Tytuł zawodowy nadany absolwentom / KOD ISCED. Syntetyczny opis charakterystyk zawodowych / stanowiska pracy absolwenta po ukończeniu studiów	<p>Licencjat KOD ISCED: 0414 Marketing i reklama (041 Podgrupa biznesu i administracji, 04 GRUPA - BIZNES, ADMINISTRACJA I PRAWO)</p> <p>Studia licencjackie na kierunku E-BIZNES: E-MARKETING & E-COMMERCE mają charakter przekrojowy – obejmują zagadnienia z e-biznesu nauczane w ujęciu praktycznym wraz z niezbędną podbudową teoretyczną. Program studiów uwzględnia różne perspektywy konkurowania firm z wykorzystaniem Internetu: marketingu, zarządzania oraz technologii informacyjnych, które znajdują odzwierciedlenie w proponowanych specjalnościach kierunku. Ich wybór i zaprojektowanie wynikają z potrzeb rynku pracy, co potwierdzają liczne raporty, analizy i opracowania różnych instytucji oraz oczekiwania otoczenia społeczno-gospodarczego.</p> <p>Istotą specjalności E-MARKETING I NOWE MEDIA jest wykorzystanie Internetu w relacjach z podmiotami zewnętrznymi, w tym zwłaszcza powiązanie instrumentów e-marketingu z procesami dotyczącymi konsumentów i klientów.</p> <p>Specjalność E-COMMERCE I ZARZĄDZANIE E-BIZNESEM koncentruje się na wykorzystaniu Internetu i technologii ITC (w tym zwłaszcza strategii i modeli e-biznesu w ujęciu analitycznym i projektowym) w szerokim spektrum przedsiębiorstw.</p> <p>Studia pozwalają nabyć wiedzę, umiejętności i kompetencje w zakresie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • modeli wykorzystania Internetu w działalności handlowej i promocyjnej przedsiębiorstw w środowisku wielokulturowym; • zarządzania projektami e-commerce i w mediach społecznościowych oraz skutecznego i efektywnego ich wdrażania; • tworzenia rozwiązań informatycznych dla działalności e-commerce; • finansowania projektów e-commerce; • analizowania danych na potrzeby e-commerce; • zaangażowania konsumentów w kształtowaniu elektronicznych kanałów sprzedaży; • przygotowania kampanii promocyjnych z wykorzystaniem Google Ads (przygotowanie pod certyfikat Google AdWords); • pomiaru skuteczności działań e-commerce z wykorzystaniem Google Analytics; • prowadzenia działań promocyjnych w mediach społecznościowych; • znajomości aspektów prawno-finansowych w przestrzeni wirtualnej. <p>Po ukończeniu studiów Absolwent może pracować jako:</p> <ul style="list-style-type: none"> • specjalista ds. e-commerce, • koordynator projektów e-commerce, • specjalista ds. marketingu internetowego, • administrator platform obsługi handlu elektronicznego, • analityk e-commerce, • ekspert i konsultant w branży elektronicznego biznesu (branża IT, e-commerce), • e-przedsiębiorca.

	<p>Przykładowe branże, w których Absolwent może pracować po ukończeniu studiów:</p> <ul style="list-style-type: none"> • e-biznes (w tym start-up), • ośrodki badania opinii publicznej i rynku, • media tradycyjne i elektroniczne, • agencje interaktywne, • agencje public relations i reklamowe, • działy e-commerce dużych przedsiębiorstw, • firmy technologiczne, • przedsiębiorstwa prowadzące handel za pośrednictwem Internetu i narzędzi elektronicznych, • przedsiębiorstwa zajmujące się projektowaniem i wdrażaniem rozwiązań e-commerce, • własna firma o profilu e-commerce lub wykorzystująca rozwiązania e-commerce.
--	---

2. OKREŚLONE W PROGRAMIE STUDIÓW EFEKTY UCZENIA SIĘ I PRZYPISANIE DYSCYPLIN NAUKOWYCH

2.1. Przypisanie dyscyplin naukowych

Dziedzina naukowa: Nauki społeczne

Lp.	Nazwa dyscypliny naukowej	Liczba punktów ECTS	%
1.	Ekonomia i finanse	152	84
2.	Nauki o zarządzaniu i jakości	23	13
3.	Nauki o bezpieczeństwie	5	3
Razem liczba punktów ECTS i udział ECTS w programie studiów		180	100

2.2. Kierunkowe efekty uczenia się w odniesieniu do PRK

Nazwa kierunku:		E-BIZNES: E-MARKETING & E-COMMERCE		
Poziom kształcenia:		POZIOM 6 PRK - Studia pierwszego stopnia		
Profil kształcenia:		Praktyczny		Odniesienie do:
Symbol efektów uczenia się dla programu studiów	Efekty uczenia się po ukończeniu studiów pierwszego stopnia na kierunku E-BIZNES: E-MARKETING & E-COMMERCE		uniwersalnych charakterystyk dla danego poziomu PRK	charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie 6 PRK
WIEDZA - Absolwent zna i rozumie:				
K_W01	w stopniu zaawansowanym zależności i procesy, jakie zachodzą pomiędzy różnymi elementami gospodarki narodowej i otoczenia międzynarodowego, stanowiące podstawową wiedzę ogólną z zakresu ekonomii i finansów	P6U_W	P6S_WG	
K_W02	w stopniu zaawansowanym uwarunkowania i procesy kształtujące zachowania osób i podmiotów (w tym konsumentów i przedsiębiorców) oraz interakcje zachodzące między nimi, stanowiące podstawową wiedzę ogólną z zakresu ekonomii i finansów	P6U_W	P6S_WG	
K_W03	w stopniu zaawansowanym metody matematyczne i statystyczne stosowane w analizach ekonomicznych i finansowych wykorzystywanych do rozwiązywania problemów poznawczych i podejmowania decyzji biznesowych w zakresie ekonomii i finansów	P6U_W	P6S_WG	
K_W04	w stopniu zaawansowanym zasady, teorie i uwarunkowania kształtujące sposoby prowadzenia działalności biznesowej opartej na rozwiązaniach teleinformatycznych (zwłaszcza aplikacjach internetowych), a także praktyczne zastosowania tej wiedzy w działalności zawodowej	P6U_W	P6S_WG	
K_W05	w stopniu zaawansowanym uwarunkowania, szanse i zagrożenia związane z wykorzystywaniem technologii informacyjno-komunikacyjnych w biznesie, a także praktyczne zastosowania tej wiedzy w działalności zawodowej	P6U_W	P6S_WG	
K_W06	w stopniu zaawansowanym metody i teorie zarządzania, w tym zarządzania ryzykiem, zarządzania finansami i zarządzania zasobami ludzkimi, a także zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej	P6U_W	P6S_WG	
K_W07	w stopniu zaawansowanym metody i techniki badań marketingowych oraz narzędzia marketingowe, a także zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej	P6U_W	P6S_WG	
K_W08	w stopniu zaawansowanym metody, teorie i techniki pozyskiwania danych właściwych dla zrozumienia procesów gospodarczych, oceny ryzyka i podejmowania decyzji biznesowych	P6U_W	P6U_WG	
K_W09	rolę przedsiębiorcy we współczesnej gospodarce oraz zasady i normy ekonomiczne, prawne i zawodowe regulujące działalność organizacji, w której funkcjonuje	P6U_W	P6U_WK	
K_W10	podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości, w tym zasady pozyskiwania środków finansowych oraz wykorzystywania nowych mediów i zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych w relacjach biznesowych z otoczeniem społeczno-gospodarczym oraz w organizacji, w której funkcjonuje	P6U_W	P6U_WK	

K_W11	fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji, w tym związane ze zmianami klimatu, z rozwojem nowych technologii, bezpieczeństwem, ochroną danych osobowych czy etyką zawodową	P6U_W	P6U_WK
K_W12	podstawowe ekonomiczne, prawne, etyczne, technologiczne i inne uwarunkowania działalności biznesowej opartej na rozwiązaniach teleinformatycznych (zwłaszcza aplikacjach internetowych) oraz rozumie znaczenie i konsekwencje zmian zachodzących w ich zakresie oraz znaczenie i konsekwencje własnych decyzji dla realizacji celów biznesowych, wizerunku organizacji, w której funkcjonuje i otoczenia społeczno-gospodarczego	P6U_W	P6U_WK
UMIĘTNOŚCI - Absolwent potrafi:			
K_U01	pozyskiwać informacje, dane ilościowe i jakościowe ze źródeł literaturowych, raportów, opracowań, baz danych i wiarygodnych źródeł internetowych, analizować je i interpretować oraz wykorzystywać praktycznie w działalności organizacji, w której funkcjonuje	P6U_U	P6U_UW
K_U02	wykorzystując posiadaną wiedzę, identyfikować i rozwiązywać złożone problemy oraz wykonywać zadania nietypowe dla działalności biznesowej opartej na rozwiązaniach teleinformatycznych, wywołane zdarzeniami i procesami nie w pełni przewidywalnymi (w tym wynikającymi z sytuacji geopolitycznej, zmian klimatu, prawa czy postaw społecznych) przez właściwy dobór źródeł i informacji z nich pochodzących, dokonywanie oceny, krytycznej analizy i syntezy tych informacji	P6U_U	P6U_UW
K_U03	wykorzystując posiadaną wiedzę, identyfikować i rozwiązywać złożone problemy oraz wykonywać zadania nietypowe dla działalności biznesowej opartej na rozwiązaniach teleinformatycznych, wywołane zdarzeniami i procesami nie w pełni przewidywalnymi (w tym wynikającymi z sytuacji geopolitycznej, zmian klimatu, prawa czy postaw społecznych) przez dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych	P6U_U	P6U_UW
K_U04	wykorzystując posiadaną wiedzę, formułować i rozwiązywać problemy oraz wykonywać zadania typowe dla działalności biznesowej opartej na rozwiązaniach teleinformatycznych (zwłaszcza aplikacjach internetowych), w tym związane ze zmianami w otoczeniu społeczno-gospodarczym i sektorze konsumentów w szczególności, z zarządzaniem e-biznesem oraz wykorzystaniem e-marketingu i nowych mediów	P6U_U	P6U_UW
K_U05	przewidywać istotne skutki podejmowanych działań i decyzji o charakterze analitycznym, marketingowym czy biznesowym, nie tylko dla prowadzonej przez niego działalności zawodowej, ale także dla otoczenia społeczno-gospodarczego	P6U_U	P6U_UW
K_U06	wykorzystując posiadaną wiedzę, prawidłowo posługiwać się konkretnymi normami i regulacjami prawnymi w celu rozwiązywania zadań i problemów w zakresie działalności biznesowej opartej na rozwiązaniach teleinformatycznych (zwłaszcza aplikacjach internetowych)	P6U_U	P6U_UW
K_U07	identyfikować podstawowe reguły i zasady działania organizacji, w tym podmiotów gospodarczych i instytucji oraz określić podstawy formalno-prawne ich tworzenia i funkcjonowania	P6U_U	P6U_UW
K_U08	wykorzystując posiadaną wiedzę, dokonywać oceny ryzyk związanych z działalnością organizacji, w której funkcjonuje	P6U_U	P6U_UW
K_U09	identyfikować zagrożenia przypisane do stanowiska pracy i funkcji, którą sprawuje (w tym zagrożenia z zakresu BHP) oraz stosować zasady i metody zapobiegania tym zagrożeniom	P6U_U	P6U_UW
K_U10	komunikować się z otoczeniem z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu działalności zawodowej zgodnej z kierunkiem studiów, przedstawiać opinie, stanowiska, wyniki analiz i rekomendacje w sposób zrozumiały dla różnych interesariuszy (w tym zarządu, kapitałodawców, klientów i współpracowników) oraz dyskutować o nich (w tym w jęz. obcym)	P6U_U	P6U_UK
K_U11	posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 według Europejskiego Poziomu Kształcenia Językowego, w tym specjalistyczną terminologią z zakresu ekonomii, finansów i zarządzania, w szczególności – zarządzania e-biznesem, e-marketingu i nowych mediów	P6U_U	P6U_UK
K_U12	sporządzać w jęz. polskim i obcym zestawienia, raporty, analizy i opinie służące podejmowaniu prawidłowych decyzji biznesowych w różnych obszarach działalności organizacji, w której funkcjonuje	P6U_U	P6U_UK
K_U13	planować i organizować pracę indywidualną i w zespole (w tym interdyscyplinarnym) dla osiągnięcia celów biznesowych w obszarze finansowym, analitycznym, marketingowym i technologicznym	P6U_U	P6U_UO
K_U14	współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych (również o charakterze interdyscyplinarnym) w celu osiągnięcia wspólnych celów biznesowych, a także budować pozytywne relacje zawodowe i personalne w organizacji, w której funkcjonuje	P6U_U	P6U_UO
K_U15	aktywnie uczestniczyć w przygotowaniu i realizacji projektów biznesowych, w grupach i zespołach formalnych i nieformalnych	P6U_U	P6U_UO
K_U16	samodzielnie określać plan zdobywania wiedzy, umiejętności i kompetencji związanych z działalnością zawodową zgodną z kierunkiem studiów, w szczególności z prowadzeniem działalności biznesowej opartej na rozwiązaniach teleinformatycznych (zwłaszcza aplikacjach internetowych) oraz wykorzystaniem narzędzi analitycznych i zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych	P6U_U	P6U_UU
KOMPETENCJE SPOŁECZNE - Absolwent jest gotów:			
K_K01	do krytycznej oceny własnych: wiedzy, umiejętności i kompetencji w kontekście oczekiwań otoczenia społeczno-gospodarczego i wyników osiągniętych w działalności zawodowej	P6U_K	P6S_KK
K_K02	do ciągłego podnoszenia poziomu wiedzy (ze świadomością jej znaczenia w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych) i kompetencji biznesowych, komunikacyjnych (w tym językowych) i technicznych	P6U_K	P6S_KK

K_K03	do samodzielnej oceny pojawiających się problemów biznesowych, formułowania wniosków na ich temat, proponowania rozwiązań i prowadzenia merytorycznej dyskusji (również w jęz. obcym), a w sytuacji pojawienia się trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu do korzystania i wspierania się opiniami ekspertów	P6U_K	P6S_KO
K_K04	myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy i kreatywny w poszukiwaniu alternatywnych rozwiązań problemów biznesowych oraz adaptacji do zmieniających się warunków rynkowych, podejmując decyzje w oparciu o rzetelne dane i analizy	P6U_K	P6S_KO
K_K05	do odpowiedzialnego pełnienia ról społecznych i zawodowych, w tym dbałości o dorobek i wizerunek organizacji, w której funkcjonuje oraz do stosowania etycznych norm i zasad postępowania, prawidłowego identyfikowania i rozstrzygania moralnych dylematów związanych z aktywnością zawodową i społeczną	P6U_K	P6S_KR

2.3	<p>Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się</p>	<p>Szczególnie ważnym elementem procesu kształcenia jest weryfikacja poziomu realizacji oraz skuteczności i przydatności zakładanych efektów uczenia się, prowadzona na różnych etapach nauczania, m.in.:</p> <ol style="list-style-type: none"> poprzez zaliczenia i egzaminy cząstkowe (zaliczenia wszystkich form zajęć w ramach poszczególnych modułów) – zasady weryfikacji zostały określone w Zarządzeniu Rektora Wyższej Szkoły Ekonomii i Innowacji w Lublinie Nr 50/2021/2022 z dnia 09.08.2022 r., uzyskiwanych w trakcie praktyk zawodowych – sposób weryfikacji jest określony w <i>Programie praktyk zawodowych oraz Dzienniku Praktyk Zawodowych</i>, który stanowi dokumentację ich przebiegu, poprzez seminarium dyplomowe, przygotowanie zadania egzaminacyjnego oraz w trakcie egzaminu dyplomowego – zasady weryfikacji określone są w <i>Regulaminie egzaminów dyplomowych</i> (wymagają przygotowania zagadnień i zadań egzaminacyjnych stanowiących załącznik nr 2 do Zarządzenia Rektora WSEI w Lublinie Nr 49/2021/2022 r.) oraz w karcie przedmiotu (sylabusie) Seminarium i egzamin dyplomowy, w trakcie <i>Badania losów zawodowych absolwentów</i> – realizowana z punktu widzenia potrzeb rynku pracy przez studentów i absolwentów Akademii WSEI oraz ich pracodawców (ankiety: dla studentów kończących studia, absolwentów po 3 i 5 latach po ukończeniu studiów oraz pracodawców). <p>Do weryfikacji efektów uczenia się na poziomie modułów na kierunku studiów E-BIZNES: E-MARKETING & E-COMMERCE I stopnia wykorzystywane są: egzaminy pisemne (m.in. testy); zaliczenia pisemne (kolokwia) i ustne; projekty, prezentacje, analizy studium przypadku, rozwiązywanie problemów, dyskusja grupowa, opracowywanie raportów i prezentacja ich wyników, dyskusje w oparciu o literaturę naukową, realizacja seminarium dyplomowego oraz obserwacje zachowań i stopnia zaangażowania Studenta w trakcie zajęć.</p> <p>Weryfikacja obejmuje wszystkie obszary kształcenia (wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne), które stanowią podstawę wyznaczania zakresu treści kształcenia oraz ich usytuowania w modułach kształcenia. W ramach poszczególnych modułów weryfikacja odbywa się na dwóch poziomach:</p> <ul style="list-style-type: none"> poprzez ocenę formatywną (kształtującą) dokonywaną kilkakrotnie w ciągu semestru, która służy zarówno Studentowi, jak i wykładowcy do oszacowania postępów w nauce i weryfikacji metod kształcenia; poprzez ocenę sumatywną (podsumowującą) pod koniec semestru, która pozwala stwierdzić, czy i w jakim stopniu Student osiągnął zakładane efekty uczenia się. <p>Adekwatność przyjętych dla kierunku efektów uczenia się jest oceniana nie tylko przez samych Studentów (m.in. za pomocą kwestionariusza ewaluacyjnego), ale także nauczycieli akademickich realizujących poszczególne moduły i pracodawców zaangażowanych w prace Wydziałowej Komisji ds. Programów Nauczania i Zapewnienia Jakości Kształcenia.</p> <p>W Akademii WSEI w Lublinie wypracowano narzędzia umożliwiające weryfikację zakładanych efektów uczenia się. Są to przede wszystkim mierniki stopnia realizacji osiągniętych przez Studentów efektów uczenia się, podzielone na dwie grupy:</p> <ul style="list-style-type: none"> mierniki ilościowe; mierniki jakościowe. <p>Weryfikacja zakładanych na kierunku E-BIZNES: E-MARKETING & E-COMMERCE I stopnia efektów uczenia się odbywa się z wykorzystaniem wypracowanych narzędzi na dwóch poziomach: modułu oraz programu. Na poziomie modułu analizie poddawany jest poziom realizacji modułowych efektów uczenia się, natomiast na poziomie programu oceniane są efekty uczenia się zdefiniowane dla kierunku i poziomu kształcenia.</p>
2.4	<p>Analiza zgodności zakładanych efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy i wnioski z analizy wyników monitoringu</p>	<p>Efekty uczenia się dla kierunku E-BIZNES: E-MARKETING & E-COMMERCE I stopnia mieszczą się w oczekiwaniach szerokiej grupy pracodawców i dają absolwentom podstawy do prowadzenia własnej działalności gospodarczej.</p> <p>Analiza zgodności zakładanych efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy prowadzona jest w sposób ciągły i sukcesywny - z udziałem nauczycieli akademickich, studentów, absolwentów i pracodawców, a wnioski z analizy służą doskonaleniu programu studiów.</p> <p>Uczelnia współpracuje z podmiotami zewnętrznymi w oparciu o podpisane umowy. Konsultacje i współpraca z otoczeniem społeczno-gospodarczym służą przede wszystkim podniesieniu jakości kształcenia w Akademii WSEI. Współpraca z interesariuszami zewnętrznymi przejawia się m.in. w:</p> <ul style="list-style-type: none"> delegowaniu przedstawicieli pracodawców do prac w Wydziałowej Komisji ds. Programów Nauczania i Zapewnienia Jakości Kształcenia, działalności Zespołu Ekspertów Społeczno-Gospodarczych przy Akademii WSEI, złożonego z pracodawców reprezentujących ponad 20 czołowych instytucji i zakładów pracy regionu lubelskiego; udziale przedstawiciela administracji publicznej w Konwencie Uczelni (dr Krzysztof Żuk, Prezydent Miasta Lublin), kreowaniu oferty edukacyjnej na podstawie prowadzonych analiz lokalnego rynku pracy i w bezpośredniej współpracy z przedsiębiorcami, zgodzie przedsiębiorców na organizację dla studentów praktyk zawodowych i spotkań z pracodawcami, realizacji prac egzaminacyjnych, nawiązujących do zagadnień zaczerpniętych z działalności rzeczywistych firm, realizacji prac na zlecenie interesariuszy zewnętrznych.

	Program studiów jest na bieżąco monitorowany przez otoczenie Uczelni i dostosowywany do potrzeb pracodawców oraz lokalnego rynku pracy. Modyfikacje programów studiów dokonywane są po konsultacjach z ekspertami zewnętrznymi, jak również ze studentami i absolwentami, którzy niejednokrotnie są przedstawicielami kadry kierowniczej lub zarządzającej. Dodatkowym aspektem współpracy z otoczeniem zewnętrznym, jest zgłaszanie przez pracodawców ofert pracy dla absolwentów Uczelni.
--	---

3. WYKAZ PRZEDMIOTÓW/MODUŁÓW ZAJĘĆ, SZCZEGÓŁOWY PLAN STUDIÓW		
3.1	Zajęcia lub grupy zajęć (moduły) wraz z przypisanymi do nich punktami ECTS	
Nazwa modułu	ECTS	Forma zaliczenia
MODUŁY OGÓLNOUCZELNIANE	22	
Ogólny / INF	5	ZAO
Humanistyczny A	5	ZAO
J. obcy	12	EGZ
WF	0	ZAL
MODUŁY KIERUNKOWE	55	
Metody matematyczne i statystyczne dla ekonomistów	5	ZAO
Prawne aspekty e-handlu	5	ZAO
Podstawy mikroekonomii	5	EGZ
Przedsiębiorczość	5	ZAO
Modele i strategie e-biznesu	5	EGZ
Ochrona danych osobowych i polityka bezpieczeństwa	5	ZAO
Podstawy finansów w e-handlu	5	ZAO
Makroekonomia	5	EGZ
Analiza ekonomiczno-finansowa	5	ZAO
Zarządzanie projektami internetowymi	5	ZAO
Psychologia zachowań konsumenckich	5	EGZ
MODUŁY FAKULTATYWNE	5	
Cyberbezpieczeństwo / Zarządzanie danymi	5	ZAO
MODUŁY SPECJALNOŚCIOWE: E-MARKETING I NOWE MEDIA	56	
Marketing w Internecie	7	EGZ
Metody i techniki badań marketingowych	7	EGZ
Budowa i projektowanie serwisów internetowych	7	ZAO
Zarządzanie zasobami ludzkimi	7	ZAO
Zarządzanie marką w e-marketingu	7	EGZ
Zachowania organizacyjne	7	ZAO
Zarządzanie promocją on-line	7	EGZ
Social media marketing	7	ZAO
MODUŁY SPECJALNOŚCIOWE: E-COMMERCE I ZARZĄDZANIE E-BIZNESEM	56	
Metody i techniki badań marketingowych	7	EGZ
Zarządzanie procesami w e-handlu	7	EGZ
Projektowanie i optymalizacja serwisów eCommerce (LAB)	7	ZAO
Zarządzanie zasobami ludzkimi	7	ZAO
Efektywna polityka cenowa i systemy płatności w e-commerce	7	EGZ
Zachowania organizacyjne	7	ZAO
E-logistyka i obsługa klientów w e-handlu	7	ZAO
Zarządzanie promocją on-line	7	EGZ
SEMINARIUM I EGZAMIN DYPLOMOWY	10	EGZ
PRAKTYKA ZAWODOWA 6-MIESIĘCZNA	32	ZAL
RAZEM PUNKTY ECTS	180	

3.2	Szczegółowy plan studiów, punkty ECTS	Szczegółowy program i plan studiów w formie papierowej są dostępne w dziekanacie Wydziału Administracji i Nauk Społecznych oraz w formie elektronicznej – po zalogowaniu na platformie e-learningowej.
4. WYMIAR, ZASADY I FORMA ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH, LICZBA PKT ECTS DLA KIERUNKU STUDIÓW O PROFILU PRAKTYCZNYM		
<p>Praktyki zawodowe są istotnym elementem programu studiów E-BIZNES: E-MARKETING & E-COMMERCE I stopnia, profil praktyczny.</p> <p>Szczegółowe zasady realizacji praktyk zawodowych oraz efekty uczenia się przewidziane dla modułu praktycznego zostały określone w Programie praktyk zawodowych dla opisywanego kierunku oraz w Sylabusie (karcie) do modułu praktycznego (załączniki do programu studiów). Przyjęte efekty uczenia się są zgodne z efektami uczenia się przypisanymi do pozostałych zajęć.</p> <p>Praktyki zawodowe dla kierunku E-BIZNES: E-MARKETING & E-COMMERCE I stopnia, profil praktyczny mają wymiar 960 h (32 pkt ECTS) i podzielone zostały na trzy części:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Praktyka zawodowa prowadzona przez pracodawcę na Uczelni (w I semestrze) – warsztaty przygotowujące do praktyki zawodowej. 2. Praktyka zawodowa realizowana u pracodawcy (w II, IV i VI semestrze) – w wybranej przez Studenta i zaakceptowanej przez Opiekuna Studenckich Praktyk Zawodowych z ramienia WSEI jednostce organizacyjnej, której profil działalności jest zgodny z kierunkiem studiów. 3. Praktyka zawodowa organizowana przez Uczelnię – warsztaty zawodowe (w IV i VI semestrze), podczas których Studenci opracowują projekty rozwiązania problemu praktycznego występującego w zakładzie pracy, prezentują zaproponowane rozwiązania i biorą udział w dyskusji grupowej oraz przygotowują raport z praktyk realizowanych u pracodawcy. <p>Warunki zaliczania przez Studentów WSEI efektów uczenia się na praktykach zawodowych określa Uchwała Senatu Nr 15/2021/2022.</p>		
5. WYBÓR PRZEZ STUDENTÓW MODUŁÓW ZAJĘĆ ZAWARTYCH W PROGRAMIE STUDIÓW		
<p>Liczba punktów ECTS, którą Student uzyskuje, realizując zajęcia wybieralne (co najmniej 30% ogólnej liczby punktów ECTS): 115 pkt ECTS, co stanowi 64% ogólnej liczby punktów ECTS w programie studiów.</p> <p>Do modułów wybieralnych zostały zaliczone:</p> <ul style="list-style-type: none"> • języki obce (język do wyboru: angielski, rosyjski) (12 pkt ECTS) • moduły wybranej specjalności (56 pkt ECTS) • moduły fakultatywne (5 pkt ECTS) • seminarium i egzamin dyplomowy (10 pkt ECTS) • praktyka zawodowa (32 pkt ECTS) 		
6. LICZBA ECTS KSZTAŁTUJĄCA UMIEJĘTNOŚCI PRAKTYCZNE W PROGRAMIE STUDIÓW O PROFILU PRAKTYCZNYM		
<p>W programie studiów o profilu praktycznym na kierunku E-BIZNES: E-MARKETING & E-COMMERCE I stopnia określono 126 pkt ECTS kształtujących umiejętności praktyczne, które stanowią 70% ogólnej liczby punktów ECTS w programie studiów.</p>		
7. OPIS WARUNKÓW PROWADZENIA STUDIÓW		
7.1	Sposób organizacji i realizacji procesu kształcenia	<p>Studia na kierunku E-BIZNES: E-MARKETING & E-COMMERCE I stopnia są sprofilowane praktycznie i prowadzone w systemie modułowym.</p> <p>Program studiów obejmuje 26 modułów:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 4 moduły i zawarte w nich kursy o charakterze ogólnouczelnianym (22 pkt ECTS) • 11 modułów i zawarte w nich kursy o charakterze kierunkowym (55 pkt ECTS) • 8 modułów specjalnościowych (56 pkt ECTS) • 1 moduł fakultatywny (5 pkt ECTS) • seminarium i egzamin dyplomowy (10 pkt ECTS) • 6-miesięczna praktyka zawodowa (32 pkt ECTS) <p>Modułowy system kształcenia łączy w sobie nabywanie praktycznych umiejętności z pozyskiwaniem niezbędnej wiedzy teoretycznej oraz ich zastosowanie w konkretnych sytuacjach zawodowych.</p> <p>Integralną częścią modułu są zajęcia prowadzone przez praktyków, posiadających wieloletnie doświadczenie zawodowe związane z prowadzonym modułem, kursem i dyscypliną naukową w zakresie efektów uczenia się na kierunku E-BIZNES: E-MARKETING & E-COMMERCE I stopnia. Pozwala to na sprawne realizowanie procesu kształcenia i możliwość opanowania przez Studenta większej liczby praktycznych umiejętności.</p> <p>Student ma możliwość wykorzystania zdobytej wiedzy podczas zajęć projektowych (warsztaty zawodowe) i praktyk zawodowych oraz nawiązania bezpośredniego kontaktu z pracodawcą, zapoznania się z realiami rynku pracy i zdobycia doświadczenia zawodowego w trakcie studiów.</p> <p>Kierunek E-BIZNES: E-MARKETING & E-COMMERCE I stopnia posiada dwie specjalności:</p> <ul style="list-style-type: none"> • E-MARKETING I NOWE MEDIA • E-COMMERCE I ZARZĄDZANIE E-BIZNESEM
7.2	Prowadzenie zajęć kształtujących umiejętności praktyczne	<p>Zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne, przewidziane w programie studiów o profilu praktycznym są prowadzone:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. w warunkach właściwych dla danego zakresu działalności zawodowej, 2. w sposób umożliwiający wykonywanie czynności praktycznych przez Studentów. <p>Dla realizacji zajęć wykorzystywane są m.in. laboratoria i pracownie funkcjonujące na uczelni:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pracownie informatyczne z dostępem do Internetu, wyposażone w komputery nowej generacji oraz specjalistyczne oprogramowanie (w tym m.in. Laboratorium jakości usług w sieciach IP, Laboratorium bezpieczeństwa usług sieciowych) • laboratoria informatyczne (Laboratorium komputerowe symulacji konstrukcji, Laboratorium sieciowych systemów audiowizualnych, Laboratorium technologii multimedialnych). <p>W ramach realizacji programu kształcenia wykorzystywana jest symulacyjna gra menedżerska.</p>
7.3	Wybrane wskaźniki	<p>W programie studiów:</p> <ul style="list-style-type: none"> • łączną liczbę punktów ECTS, jaką Student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia na studiach stacjonarnych, określono na poziomie 180 pkt ECTS;

	charakteryzujące program studiów	<ul style="list-style-type: none"> liczbę punktów ECTS, jaką Student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych, określono na poziomie 5 pkt ECTS (moduł „Humanistyczny A”); łącznie liczbę punktów ECTS, jaką Student musi uzyskać w ramach zajęć o charakterze praktycznym, określono na poziomie 126 pkt ECTS.
7.4	Systematyczna ocena i doskonalenie programów studiów	<p>Program studiów na kierunku E-BIZNES: E-MARKETING & E-COMMERCE I stopnia poddawany jest systematycznej ocenie, opartej o wyniki analizy miarodajnych oraz wiarygodnych danych i informacji, których zakres i źródła powstawania są dobrane do celów i zakresu oceny, obejmujących kluczowe wskaźniki ilościowe postępów oraz niepowodzeń studentów w uczeniu się i osiąganiu efektów uczenia się, prace etapowe oraz egzaminy dyplomowe, informacje zwrotne od studentów dotyczące satysfakcji z programu studiów, warunków studiowania oraz wsparcia w procesie uczenia się, informacje zwrotne od nauczycieli akademickich i pracodawców, informacje dotyczące ścieżek kariery absolwentów.</p> <p>W systematycznej ocenie programu studiów biorą udział interesariusze wewnętrzni (kadra prowadząca kształcenie, studenci) oraz interesariusze zewnętrzni (pracodawcy, absolwenci kierunku). Wnioski z systematycznej oceny programu studiów są wykorzystywane do ustawicznego doskonalenia tego programu.</p> <p>Corocznie Koordynator kierunku studiów i kadra prowadząca zajęcia, Dziekan Wydziału oraz Wydziałowa Komisja ds. Programów Nauczania i Zapewnienia Jakości Kształcenia przeprowadzają systematyczną ocenę, monitorowanie i przegląd programu studiów, a Wydziałowa Komisja ds. Programów Nauczania i Zapewnienia Jakości Kształcenia czuwa nad dokonywanymi zmianami.</p> <p>Zmiany w programie studiów w danym roku akademickim nie mogą przekroczyć 30% ogólnej liczby efektów kształcenia określonych w programie studiów i mogą być wprowadzone z początkiem nowego cyklu kształcenia.</p> <p>W trakcie danego cyklu kształcenia mogą być dokonywane wyłącznie zmiany:</p> <ul style="list-style-type: none"> w doborze treści kształcenia przekazywanych Studentom w ramach zajęć, uwzględniających najnowsze osiągnięcia naukowe, artystyczne lub związane z działalnością zawodową lub naukową; konieczne do wyeliminowania nieprawidłowości stwierdzonych przez Polską Komisję Akredytacyjną; niezbędne do dostosowania programu studiów do zmian w powszechnie obowiązujących przepisach prawnych. <p>Zmiany w programie studiów wprowadzane w trakcie cyklu kształcenia są udostępniane w BIP na stronie podmiotowej Uczelni co najmniej na miesiąc przed rozpoczęciem semestru, którego dotyczą.</p>
8.	Zasoby biblioteczne	<p>Uczelnia dysponuje nowoczesną z informatyzowaną biblioteką (komputery, program PATRON 4, stałe łącze z Internetem) z dwiema czytelniami do dyspozycji studentów i kadry dydaktycznej. Katalogi biblioteki są udostępnione przez stronę internetową WSEI, zamawianie i rezerwacja wypożyczeń odbywa się online.</p> <p>Zasoby biblioteczne Biblioteki WSEI tworzą:</p> <ul style="list-style-type: none"> księgozbiór – ponad 60 000 egzemplarzy książek z różnych dziedzin wiedzy, kolekcja książek w wersji elektronicznej Libralbuk (Wydawnictwa Naukowe PWN) – około 1500 egzemplarzy z równoczesnym dostępem 5 czytelników do każdego tytułu, zbiory specjalne: audiobooki, e-booki, płyty CD, CD-ROM i DVD, kasety VHS i magnetofonowe oraz mapy i plansze dydaktyczne – ponad 2 000 sztuk, ponad 150 tytułów czasopism naukowych oraz dzienników ogólnych i specjalistycznych, zarówno polskich, jak i zagranicznych. <p>Biblioteka na podstawie licencji posiada m.in.:</p> <ul style="list-style-type: none"> dostęp do komputerowych baz wiedzy online (Systemu Informacji Prawnej Legalis, bazy LEX Prawo Oświatowe; bazy wiedzy w języku angielskim: EBSCOhost, EBSCO – PsycARTICLES, bazy ARIANTA, Czytelnia czasopism online Wydawnictwa INFOR) oraz zasobów elektronicznych i katalogów innych bibliotek regionu i kraju, w tym do zasobów Wirtualnej Biblioteki Nauki, bezpłatny dostęp do zagranicznych czasopism elektronicznych (Elsevier, Springer, Wiley, Nature, Science) oraz zagranicznych elektronicznych baz danych (SCOPUS i WEB OF KNOWLEDGE). <p>Wniosek: Uczelnia dysponuje biblioteką, która w pełni zabezpiecza literaturę zalecaną na kierunku E-BIZNES: E-MARKETING & E-COMMERCE I stopnia oraz zapewnia dostęp do elektronicznych zasobów wiedzy w Polsce i na świecie.</p>
9.	Realizacja zajęć	<p>Zajęcia na kierunku E-BIZNES: E-MARKETING & E-COMMERCE I stopnia odbywają się w dwóch trybach:</p> <ul style="list-style-type: none"> studia stacjonarne – od poniedziałku do piątku w przedziale godzinowym 8.00-18.00, studia niestacjonarne – co dwa tygodnie (w soboty i niedziele) w przedziale godzinowym 8.00-20.00 (z wyjątkiem praktyk zawodowych).