**Nazwa przedmiotu:**

Regulacje prawne w marketingu internetowym

**Koordynator przedmiotu:**

dr Bogumił Czerwiński

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Inżynieria Zarządzania

**Grupa przedmiotów:**

Specjalność: Przedsiębiorczość technologiczna

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

5 / rok ak. 2020/2021

**Liczba punktów ECTS:**

2

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

2 ECTS
10h wykład + 10h ćwiczenia + 3h konsultacje +10h zadanie ćwiczeniowe + 7h przygotowanie teoretyczne do ćwiczeń + 10h przygotowanie do kolokwium = 50h

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

0,92 ECTS:
10h wykład + 10h ćwiczenia + 3h konsultacje = 23h

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

1,6 ECTS
10h ćwiczenia + 3h konsultacje +10h zadanie ćwiczeniowe + 7h przygotowanie teoretyczne do ćwiczeń + 10h przygotowanie do kolokwium = 40h

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład: | 10h |
| Ćwiczenia: | 10h |
| Laboratorium: | 0h |
| Projekt: | 0h |
| Lekcje komputerowe: | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Podstawy biznesu

**Limit liczby studentów:**

- od 25 osób do limitu miejsc w sali audytoryjnej (wykład) - od 25 osób do limitu miejsc w sali laboratoryjnej (ćwiczenia)

**Cel przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest, aby po jego zaliczeniu student posiadał podstawową wiedzę z zakresu regulacji prawnych obowiązujących w marketingu internetowym i wykorzystywania wiedzy w tym zakresie w praktycznym funkcjonowaniu podmiotów rynkowych prowadzących swoją działalność w Internecie.

**Treści kształcenia:**

A. Wykład:
1. Istota i znaczenie gospodarki elektronicznej
2. Koncepcja marketingu internetowego.
3. Charakterystyka i definicje handlu elektronicznego
4. Bezpieczeństwo systemów informatycznych.
5. Zarządzania bezpieczeństwem informacji i usług
6. Podstawy prawne działalności gospodarczej w Internecie.
7. Granice inspiracji w działaniach marketingowych.
8. Prawa twórców reklamy internetowej.
9. Handel elektroniczny a ochrona konsumentów
10. Aspekty prawne prowadzenia bloga.
11. Prowadzenie kont na portalach społecznościowych
B. Ćwiczenia:
1. Istota i znaczenie gospodarki elektronicznej
2. Koncepcja marketingu internetowego.
3. Charakterystyka i definicje handlu elektronicznego
4. Bezpieczeństwo systemów informatycznych.
5. Zarządzania bezpieczeństwem informacji i usług
6. Podstawy prawne działalności gospodarczej w Internecie.
7. Granice inspiracji w działaniach marketingowych.
8. Prawa twórców reklamy internetowej.
9. Handel elektroniczny a ochrona konsumentów
10. Aspekty prawne prowadzenia bloga.
11. Prowadzenie kont na portalach społecznościowych

**Metody oceny:**

A. Wykład:
1.Ocena formatywna: ocena zaangażowania studentów w dyskusję podczas wykładów.
2.Ocena sumatywna: przeprowadzenie zaliczenia pisemnego, do zaliczenia wykładu wymagane jest uzyskanie oceny >=3.
B. Ćwiczenia:
1. Ocena formatywna: ocena poprawności realizowanego przez studentów projektu, ocena podejścia studentów do przedmiotu w trakcie zajęć
2. Ocena sumatywna: oceniany jest projekt dotyczący regulacji prawnych obowiązujących w marketingu internetowym. Ocena zawiera się w zakresie 2-5; do zaliczenia wymagane jest uzyskanie oceny >=3.
E. Końcowa ocena z przedmiotu:
Przedmiot uznaje się za zaliczony jeśli zarówno ocena z ćwiczeń jak i z zaliczenia pisemnego >=3; ocena z przedmiotu jest obliczana zgodnie z formułą: 0,6 \* ocena z zaliczenia + 0,4 \* ocena z ćwiczeń

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Obowiązkowa:
1. Kołodziej M., 2016. Ochrona danych osobowych w marketingu internetowym po zmianie przepisów. Warszawa: Wydawnictwo Wiedza i Praktyka.
2. Mazurek G., 2018. E-Marketing Strategia Planowanie Praktyka. Warszawa: Poltext.
3. Witońska-Pakulska A., 2017. Prawo dla twórców internetowych. Gliwice: Helion.
Uzupełniająca:
1. Białas A., 2017. Bezpieczeństwo informacji i usług w nowoczesnej instytucji i firmie. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
2. Królewski J., Sała P., 2016. E – marketing, Współczesne trendy Pakiet startowy. Warszawa: Wyd. Naukowe PWN.
3. Brzozowska M., 2009. Prawo autorskie w reklamie i marketingu. Warszawa: Wolters Kluwer.
4. Waglowski P.,Prawo w sieci. Zarys regulacji internetu.

**Witryna www przedmiotu:**

www.olaf.wz.pw.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Efekt I1\_W10:**

Absolwent zna charakter, miejsce i znaczenie nauk społecznych w ogólnym systemie nauk oraz ich relacje do nauk technicznych oraz kompetencji inżynierskich.

Weryfikacja:

Realizacja projektu końcowego.

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt I1\_W12:**

Absolwent zna podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego

Weryfikacja:

Zaliczenie wszystkich składowych jednostek zajęciowych.

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt I1\_U07:**

Absolwent potrafi analizować i prognozować procesy i zjawiska społeczne z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi wykorzystywanych w inżynierii produkcji, w tym również narzędzi IT.

Weryfikacja:

Zaliczenie wszystkich składowych jednostek zajęciowych, realizacja projektu końcowego.

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt I1\_U13:**

Absolwent potrafi przy identyfikacji i formułowaniu specyfikacji zadań oraz ich rozwiązywaniu: dobierać i wykorzystywać właściwe metody i narzędzia wspomagające oraz dokonywać oceny opłacalności ekonomicz-nej wdrożenia tych rozwiązań.

Weryfikacja:

Realizacja projektu końcowego

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Efekt I1\_K03:**

Absolwent jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych oraz współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego.

Weryfikacja:

Zaliczenie wszystkich składowych jednostek zajęciowych, realizacja projektu końcowego

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt I1\_K05:**

Absolwent jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, w tym przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych oraz dbałości o dorobek i tradycje zawodu.

Weryfikacja:

Zaliczenie wszystkich składowych jednostek zajęciowych, realizacja projektu końcowego

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**