

**Prawo handlu elektronicznego***E-commerce Law*

Program studiów dla przedmiotu obowiązujący od cyklu kształcenia	2025/2026
Kierunek studiów	Marketing
Rok i semestr studiów	Rok II/ Semestr IV
Poziom kształcenia	Studia I stopnia
Profil kształcenia na kierunku	Praktyczny
Moduł kształcenia dla przedmiotu	Ogólny
Nazwa specjalizacji (jeśli przedmiot specjalizacyjny)	-

Forma zajęć	Liczba godzin		ECTS	Forma zaliczenia	Waga
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne			
Konwersatorium	30	16	3	Zaliczenie na ocenę	100%
Razem za zajęcia dydaktyczne	30	16			
Praca własna studenta	45	59			
Ogółem	75	75			

Cele kształcenia dla przedmiotu

1.	Zrozumienie zasad zawierania umów on-line oraz opanowanie szerokiego zakresu obowiązków informacyjnych, jakie spoczywają na sprzedawcy (m.in. w kwestii cen, tożsamości firmy czy procedur reklamacyjnych), przy jednoczesnym poszanowaniu praw konsumenta.
2.	Zapewnienie bezpieczeństwa prawnego i ochrony danych w e-handlu, w tym prawidłowego stosowania przepisów o ochronie danych osobowych (RODO) oraz wdrażania mechanizmów zapewniających bezpieczeństwo transakcji i płatności elektronicznych.
3.	Przygotowanie do legalnego prowadzenia działalności i rozwiązywania sporów w środowisku cyfrowym, w tym wykształceniu umiejętności tworzenia regulaminów zgodnych z prawem, identyfikowania nieuczciwych praktyk rynkowych oraz korzystania z mechanizmów pozasądowego rozwiązywania sporów.

Efekty uczenia się

WIEDZA			
L.p.	Efekty przedmiotowe (Student zna i rozumie)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
W1	Rozumie rolę marketingu we współczesnych dyscyplinach nauk społecznych, w tym naukach o zarządzaniu i jakości oraz praktyczne wykorzystanie	MAR_WG01	Zaliczenie na ocenę
W2	Posiada podstawy wiedzy z zakresu kluczowych teorii, zjawisk, procesów w zakresie prawa w handlu elektronicznym praktycznych	MAR_WG03	Zaliczenie na ocenę
W3	Posiada wiedzę w zakresie zawierania umów na odległość, zasady regulujące funkcjonowanie Internetu i sklepów Internetowych oraz procedury w tym zakresie z uwzględnieniem zasad etycznego	MAR_WG06	Zaliczenie na ocenę
W4	Student zna prawne możliwości i zasady wykorzystania posiadanej wiedzy w celu korzystania z handlu elektronicznego, z uwzględnieniem wielorakich uwarunkowań płynących z otoczenia.	MAR_WK05	Zaliczenie na ocenę

UMIEJĘTNOŚCI			
L.p.	Efekty przedmiotowe (Student potrafi)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
U1	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do projektowania działalności handlu elektronicznego, planując praktyczny kształt strategii w tym zakresie.	MAR_UW02	Dyskusja moderowana, prezentacja zespołowa, Studium przypadku,
U2	Student potrafi ocenić prowadzone działania w handlu elektronicznym wykorzystując różnorodne metody i mierniki oceniające skuteczność i efektywność zgodnie z przepisami w tym zakresie	MAR_UW04	Dyskusja moderowana, prezentacja zespołowa, Studium przypadku,



KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
L.p.	Efekty przedmiotowe (Student jest gotów do)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
K1	Student jest gotów do samodzielnego nabywania, doskonalenia i uzupełniania wiedzy w zakresie handlu elektronicznego z praktycznym wykorzystaniem różnych źródeł informacji.	MAR_KK01	Studium przypadku, projekt, dyskusja
K2	Student jest gotów do identyfikowania nadużyć, nieuczciwych praktyk, ochrony konsumentów, uwzględniając ograniczenia swoich kompetencji i poglądy innych osób.	MAR_KO01	Studium przypadku, projekt, dyskusja
K3	Student jest gotów przestrzegać zasad etyki zawodowej i wymaga tego od innych osób.	MAR_KR02	Studium przypadku, projekt, dyskusja

Treści kształcenia

L.p.	Treść kształcenia (tematyka zajęć)	Liczba godzin	
		Konwersatorium	
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Wprowadzenie do e-commerce: krajowe i unijne ramy prawne handlu elektronicznego (Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz dyrektywy UE).	3	2
2.	Problematyka umów zawieranych na odległość. Wymogi formalne zawarcia umowy online oraz zasady wyrażania zgody przez użytkownika.	3	2
3.	Obowiązki informacyjne przedsiębiorcy – Przejrzystość w zakresie tożsamości sprzedawcy, ceny, kosztów dostawy i procedur reklamacyjnych.	3	2
4.	Ochrona konsumenta w sieci. Realizacja prawa do odstąpienia od umowy bez podania przyczyny w terminie 14 dni oraz zwroty towarów.	3	1
5.	Konstrukcja regulaminu sklepu internetowego. Podstawowe zasady tworzenia wzorców umownych zgodnych z prawem i unikanie klauzul niedozwolonych.	3	2
6.	Ochrona danych osobowych w e-handlu i praktyczne zastosowanie RODO w procesach zbierania, przetwarzania i przechowywania danych klientów.	3	2
7.	Prawne i techniczne aspekty ochrony przed oszustwami on-line oraz identyfikacja kontrahentów. Problem bezpieczeństwa transakcji i płatności elektronicznych.	3	2
8.	Nieuczciwe praktyki rynkowe i reklama internetowa. Przeciwdziałanie nieuczciwej konkurencji, weryfikacja opinii o produktach i zasady promocji cenowych.	3	1
9.	Prawne aspekty odpowiedzialności za treści zamieszczane przez użytkowników na platformach. Elementy odpowiedzialności dostawców usług (hostingodawców).	3	1
10.	Mechanizmy pozasądowego rozstrzygania konfliktów konsumenckich (systemy ADR i platformy ODR) jako forma rozwiązywania sporów w handlu cyfrowym.	3	1
Razem		30	16

Metody kształcenia

Forma zajęć	Metody kształcenia
Konwersatorium	- Wykład konwersatoryjny wspomagany prezentacją multimedialną, wprowadzający główne koncepcje i modele zachowań konsumentów. - Dyskusja moderowana – analiza przypadków konsumenckich, wymiana opinii i interpretacja zjawisk rynkowych pod kierunkiem prowadzącego. - Analiza przypadków (case study) – opracowanie i omówienie przykładów decyzji konsumenckich i strategii marketingowych. - Nauka przez quizy i mini-testy – krótkie zadania sprawdzające zrozumienie kluczowych pojęć i teorii. - Praca projektowa i prezentacje zespołowe – opracowanie diagnozy zachowań konsumentów oraz rekomendacji marketingowych w oparciu o zebrane dane.

Warunki zaliczenia

Sposób zaliczenia	Wagi (%)
	Konwersatorium
Kolokwium pisemne w formie testu końcowego	20
Przygotowanie i przedstawienie eseju / referatu / innej formy wypowiedzi pisemnej	20
Wykonanie zadań / ćwiczeń / projektu podczas zajęć	20
Wykonanie zadań / ćwiczeń / projektu poza zajęciami	20
Wypowiedzi ustne podczas zajęć (np. w trakcie dyskusji, debaty)	20
Razem	100%



Rozliczenie pracy własnej studenta

L.p.	Czynności w ramach pracy własnej	Szacowana liczba godzin	
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Przygotowanie do udziału w zajęciach (np. wstępna lektura, przygotowanie lub zgromadzenie materiałów, pomocy, przygotowanie referatu lub prezentacji na zajęcia itp.)	10	10
2.	Wykonanie ćwiczeń lub zadań po zajęciach (jako utrwalenie lub rozszerzenie treści z odbytych zajęć)	5	10
3.	Przygotowanie pracy pisemnej poza zajęciami	5	9
4.	Lektura obowiązkowa	10	10
5.	Obowiązkowe zapoznanie się z innymi materiałami lub treściami (np. materiałami audio, wideo, narzędziami, pomocami, oprogramowaniem, sprzętem, aktami prawnymi, dokumentacją, warunkami miejsca pracy itp.)	5	10
6.	Przygotowanie do kolokwium	10	10
Razem		45	59

Literatura obowiązkowa

1.	J. Skorupska, <i>E-commerce. Strategia-Zarządzania-Finanse</i> , Wyd. PWN, Warszawa 2017.
----	---

Literatura uzupełniająca

1.	D. Skurpel, <i>Regulacje prawne w kontekście obsługi klientów w e-handlu z perspektywy konsumentów i podmiotów rynkowych</i> , Studia Prawno-Ekonomiczne, T. CXV, 2020.
2.	K. Bajdiuk, <i>Zmiany prawopodatkowe w branży e-commerce – cele i perspektywy rozwoju regulacji</i> , Prawo Mediów Elektronicznych Nr 1/2023..

Inne materiały dydaktyczne

1.	Prezentacja do każdego wykładu
----	--------------------------------