



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 zajęć
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne	ogółem	za umiejętności praktyczne	
Konwersatorium	30	16	3	2,4	Zaliczenie na ocenę
Razem za zajęcia	30	16			
<i>w tym za umiejętności praktyczne</i>	24	13			
Praca własna studenta ogółem	45	59			
<i>w tym za umiejętności praktyczne</i>	36	47			
Ogółem	75	75			
<i>w tym za umiejętności praktyczne</i>	60	60			

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		
Symbol	Efekty przedmiotowe Student zna i rozumie w stopniu zaawansowanym:	Odniesienie do efektów kierunkowych
W1	podstawy prawne handlu elektronicznego w Polsce i UE (Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną, dyrektywy UE) oraz ich praktyczne zastosowanie w działalności przedsiębiorstw e-commerce	
W2	kluczowe teorie, zjawiska, procesy w zakresie prawa w handlu elektronicznym praktycznych	
W3	zawieranie umów na odległość, zasady regulujące funkcjonowanie Internetu i sklepów Internetowych oraz procedury w tym zakresie z uwzględnieniem zasad etycznych	

UMIEJĘTNOŚCI		
Symbol	Efekty przedmiotowe Student potrafi:	Odniesienie do efektów kierunkowych
U1	wykorzystać posiadaną wiedzę do projektowania działalności handlu elektronicznego, planując praktyczny kształt strategii w tym zakresie.	
U2	ocenić prowadzone działania w handlu elektronicznym wykorzystując różnorodne metody i mierniki oceniające skuteczność i efektywność zgodnie z przepisami w tym zakresie	



KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
Symbol	Efekty przedmiotowe Student jest gotów do:	Odniesienie do efektów kierunkowych
K1	samodzielnego nabywania, doskonalenia i uzupełniania wiedzy w zakresie handlu elektronicznego z praktycznym wykorzystaniem różnych źródeł informacji.	
K2	identyfikowania nadużyć, nieuczciwych praktyk, ochrony konsumentów, uwzględniając ograniczenia swoich kompetencji i poglądy innych osób.	
K3	przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymaga tego od innych osób.	

Metody weryfikacji efektów uczenia się

Symbol weryfikowanego efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda weryfikacji efektów uczenia się (Sposób zaliczenia)	Udział w ocenie (%)
W1, W2, W3	Kolokwium pisemne (test + pytania opisowe) – weryfikacja wiedzy z zakresu prawa handlu elektronicznego	30
U1, U2, U3,	Projekt zaliczeniowy (regulamin e-sklepu lub plan strategii e-commerce) i prezentacja – weryfikacja umiejętności; Analiza przypadków podczas konwersatoriów – weryfikacja umiejętności analizy i wyciąganiu wniosków	35
K1, K2, K3	Ocena zgodności działań e-commerce z prawem i etycznymi zasadami; ocena wg arkusza obserwacji Aktywność wg arkusza obserwacji – weryfikacja kompetencji: samodzielność, przestrzeganie etyki, otwartość na odmienne poglądy	35
Razem		100%

Treści kształcenia

L.p.	Treść kształcenia (tematyka zajęć)	Metoda kształcenia	Liczba godzin	
			Błąd! Nie można odnaleźć źródła odwołania.	
			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).	Wykład informacyjny z prezentacją, ilustrowany przykładami praktycznymi, włączanie studentów do dyskusji	3	2
2.	Problematyka umów zawieranych na odległość. Wymogi formalne zawarcia umowy online oraz zasady wyrażania zgody przez użytkownika.	Wykład informacyjny z prezentacją, ilustrowany przykładami praktycznymi, włączanie studentów do dyskusji	3	1
3.	Obowiązki informacyjne przedsiębiorcy – Przejrzystość w zakresie tożsamości sprzedawcy, ceny, kosztów dostawy i procedur reklamacyjnych.	Analiza przypadków, dyskusja w czasie zajęć, prezentacje lub referaty studenckie aktywizujące grupę i dyskusję oraz omawianie przeczytanej i zaleconej literatury tematu	3	2
4.	Ochrona konsumenta w sieci. Realizacja prawa do odstąpienia od umowy bez podania przyczyny w terminie 14 dni oraz zwroty towarów.	Analiza przypadków, dyskusja w czasie zajęć, prezentacje lub referaty studenckie aktywizujące grupę i dyskusję oraz omawianie przeczytanej i zaleconej literatury tematu	3	2
5.	Konstrukcja regulaminu sklepu internetowego. Podstawowe zasady tworzenia wzorców umownych zgodnych z prawem i unikanie klauzul niedozwolonych.	Praca na case'ach, dyskusja w czasie zajęć, prezentacje lub referaty studenckie aktywizujące grupę i dyskusję oraz omawianie przeczytanej i zaleconej literatury tematu	3	2
6.	Ochrona danych osobowych w e-handlu i praktyczne zastosowanie RODO w procesach zbierania, przetwarzania i przechowywania danych klientów.	Praca na case'ach, dyskusja w czasie zajęć, prezentacje lub referaty studenckie aktywizujące grupę i dyskusję oraz omawianie przeczytanej i zaleconej literatury tematu	3	2



7.	Prawne i techniczne aspekty ochrony przed oszustwami on-line oraz identyfikacja kontrahentów. Problem bezpieczeństwa transakcji i płatności elektronicznych.	Analiza przypadków, dyskusja w czasie zajęć, prezentacje lub referaty studenckie aktywizujące grupę i dyskusję oraz omawianie przeczytanej i zaleconej literatury tematu	3	2
8.	Nieuczciwe praktyki rynkowe i reklama internetowa. Przeciwdziałanie nieuczciwej konkurencji, weryfikacja opinii o produktach i zasady promocji cenowych.	Dyskusja moderowana z zakresu dylematów społeczno-gospodarczych i etycznych współczesnego marketingu	3	1
9.	Prawne aspekty odpowiedzialności za treści zamieszczane przez użytkowników na platformach. Elementy odpowiedzialności dostawców usług (hostingodawców).	Praca na case'ach, dyskusja w czasie zajęć, prezentacje lub referaty studenckie aktywizujące grupę i dyskusję oraz omawianie przeczytanej i zaleconej literatury tematu	3	1
10.	Mechanizmy pozasądowego rozstrzygnięcia konfliktów konsumenckich (systemy ADR i platformy ODR) jako forma rozwiązywania sporów w handlu cyfrowym.	Praca na case'ach, dyskusja w czasie zajęć, prezentacje lub referaty studenckie aktywizujące grupę i dyskusję oraz omawianie przeczytanej i zaleconej literatury tematu	3	1
Razem			30	16
<i>Liczba godzin zajęć za umiejętności praktyczne</i>			24	13

Rozliczenie pracy własnej studenta

L.p.	Czynności w ramach pracy własnej	Szacowana liczba godzin	
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Przygotowanie do konwersatoriów – lektura wskazanych aktów prawnych, studiów przypadków i materiałów udostępnionych przez prowadzącego	10	9
2.	Samodzielna analiza dodatkowych przykładów regulaminów e-sklepów i aktualnych naruszeń prawa w e-commerce (utrwalenie treści zajęć)	5	9
3.	Opracowanie projektu zaliczeniowego (regulamin/plan e-commerce) poza zajęciami	5	9
4.	Lektura obowiązkowa	9	12
5.	Obowiązkowe zapoznanie się z innymi materiałami lub treściami (np. materiałami audio, wideo, narzędziami, pomocami, aktami prawnymi, dokumentacją, warunkami miejsca pracy itp.)	5	10
6.	Przygotowanie do kolokwium pisemnego – powtórzenie przepisów prawa handlu elektronicznego	11	10
Razem		45	59
<i>w tym za umiejętności praktyczne</i>		36	47

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 z zajęć
----	--------------------------------