**Nazwa przedmiotu:**

Projektowanie serwisów internetowych

**Koordynator przedmiotu:**

dr inż. Kamil Sitarski

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Zarządzanie i Inżynieria Produkcji

**Grupa przedmiotów:**

Technologie informatyczne

**Kod przedmiotu:**

PROSE

**Semestr nominalny:**

3 / rok ak. 2010/2011

**Liczba punktów ECTS:**

4

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

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

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

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

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

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład: | 30h |
| Ćwiczenia: | 0h |
| Laboratorium: | 15h |
| Projekt: | 0h |
| Lekcje komputerowe: | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Słowa kluczowe:
Serwis internetowy, AdWords, usability, wyszukiwarka, pozycjonowanie, użyteczność, widoczność, optymalizacji, projektowanie serwisów internetowych, makieta, layout, architektura informacji, e-marketing.

**Limit liczby studentów:**

**Cel przedmiotu:**

Przedmiot składa się z jednostki wykładowej oraz laboratorium. Wykłady oparte są na prezentacjach multimedialnych prezentowanych przez prowadzącego. Na laboratorium studenci zapoznają się z praktycznymi aspektami projektowania serwisów internetowych, a także realizują projekt w zespołach kilkuosobowych.

**Treści kształcenia:**

Wykład 30h:
1h - Wstęp, układ zajęć, zasady zaliczenia i regulamin przedmiotu.
Omówienia zagadnień poruszanych na wykładach i laboratorium. Przedstawienie zasad zaliczenia przedmiotu. Podział na zespoły.
1h - Podstawowe pojęcia z zakresu projektowania serwisów internetowych.
Omówienie podstawowych pojęć związanych z projektowaniem serwisów internetowych: makieta, layout, architektura informacji, menu nawigacyjne, podstawy technologii wykonania.
2h - Proces projektowania serwisu internetowego. Agencje interaktywne.
Omówienie proces projektowania serwisu: od pomysłu do realizacji. Rola agencji interaktywnej przy wdrażaniu serwisu internetowego. Inne przedsiębiorstwa: projektujące oprogramowanie, dostarczające usługi hostingowe i telekomunikacyjne. Zależność pomiędzy wyborem partnera a jakość usług świadczonych. Przegląd rynku polskiego.
2h - Rodzaje serwisów internetowych.
Omówienie rodzajów serwisów internetowych: serwisy korporacyjne, serwisy produktowe i okolicznościowe, sklepy internetowe, systemy handlu elektronicznego, portale ogólnotematyczne, portale branżowe (wortale), portale korporacyjne, portale społecznościowe.
2h - Standardy budowy serwisów internetowych.
Omówienie podstawowych trendów i standardów budowy serwisów internetowych: standardy graficzne, wersje języka HTML (XHTML) oraz związane z tym implikacje, arkusze stylów. Trendy w rozwoju standardów. Rola W3C w nadzorze nad standardami sieci WWW.
2h - Projektowanie serwisu internetowego. Brief kreatywny.
Pojęcie briefu kreatywnego i jego rola w projektowaniu serwisów internetowych. Konstrukcja briefu kreatywnego. Wypełnianie briefu kreatywnego w celu wielopłaszczyznowego rozpoznania wymagań stawianych serwisowi internetowemu.
2h - Zagadnienia architektury informacji.
Pojęcie architektury informacji. Porządkowanie i wzajemne łączenie zasobów informacyjnych w serwisie WWW, w celu lepszego jej wykorzystania: menu nawigacyjne, systemy rekomendacji, tagowanie. Architektura informacji, a użyteczność serwisu internetowego.
2h - Pierwszy test zaliczeniowy.
Test składający się z pytań zamkniętych lub otwartych.
2h - Technologie projektowania serwisów internetowych.
Prezentacja serwisu internetowego po stronie użytkownika – przeglądarka internetowa jako cienki klient. Technologie prezentacji danych: HTML, XML, CSS, Ajax, JSON, JQuery. Wersje technologii, a przeglądarki internetowe.
2h - Technologie projektowania serwisów internetowych.
Działanie serwisu internetowego po stronie serwera WWW – omówienie architektury serwisu www, w kontekście architektury trój warstwowej. Technologie tworzenia warstwy aplikacji: PHP, Java, ASP.NET, XML, Ajax. Wstęp do systemów CMS.
2h - Systemy zarządzania treścią.
Pojęcie i budowa systemu zarządzania treścią. Analiza dostępnego oprogramowania z zakresu zarządzania treścią: OpenSource oraz komercyjne. Rodzaje systemów zarządzania treścią. Rola systemów zarządzania treścią w przedsiębiorstwie i zarządzaniu zasobami elektronicznymi.
2h - Webmastering. Analiza wykorzystania serwisu internetowego.
Pojęcie webmasteringu. Rola webmastera w budowie i rozwoju serwisu. Nadzór nad zasobami serwisu internetowego. Systemy analizy danych o odwiedzających. Rola webmastera w działaniach e-marketingowych oraz przy obecności w mediach społecznościowych.
2h - E-marketing: reklama w wyszukiwarkach.
Pojęcie reklamy w wyszukiwarkach. Podstaowe pojęcia dotyczące reklamy internetowej. Przegląd dostępnych mediów reklamowych. Systemy zarządzania reklamami. Modele płatności w reklamie w wyszukiwarkach.
2h - E-marketing: optymalizacja serwisów i pozycjonowanie.
Pojecie optymalizacji i pozycjonowania. Postawy optymalizacji serwisów internetowych pod kątem pozycjonowania w wyszukiwarkach. Działanie nieetycznie i zakazane przy pozycjonowaniu serwisów internetowych.
2h - E-marketing: wykorzystanie serwisów społecznościowych.
Idea Web 2.0. Pojęcie mediów społecznościowych. Omówienie podstawowych serwisów społecznościowych z punktu widzenia agencji Social Media. Obecność w mediach społecznościowych – możliwe poziomy zaangażowania firmy lub instytucji. Podstawowe działania i popełniane błędy przy budowaniu społeczności wokół marki, firmy, wydarzenia.
2h - Drugi test zaliczeniowy.
Test składający się z pytań zamkniętych lub otwartych.
Laboratorium 15h:
1h - Wstęp, układ zajęć, zasady zaliczenia przedmiotu. Podział na zespoły i wybór podmiotu.
Omówienia zagadnień poruszanych na laboratorium. Przedstawienie zasad zaliczenia laboratorium. Podział na zespoły i wybór podmiotu dla którego będzie robiony projekt. Szczegółowe omówienie wymagań stawianych przed projektem.
2h - Wypełnienie brief'u kreatywnego.
Przedstawienie wymagań dotyczących wypełniania briefu kreatywnego. Wypełnienie briefu w zespołach.
2h - Projekt architektury informacji.
Określenie działów serwisu. Projekt menu nawigacyjnego. Testy zespołowe wybranego systemu nawigacji.
2h - Projekt layuot'u strony głównej.
Projekt strony głównej serwisu internetowego z dokładnym określeniem wszystkich występujących elementów, uwzględniających założenia briefu kreatywnego.
2h - Projekt layuot'u wybranych działów serwisu internetowego.
Projekt podstron wybranych działów serwisu internetowego z dokładnym określeniem wszystkich występujących elementów, uwzględniających założenia briefu kreatywnego.
2h - Opracowanie założeń kampanii reklamowej w wyszukiwarkach.
Określenie budżetu i zasięgu kampanii. Projekt grup reklam, dobór słów i fraz kluczowych, projekty reklam.
2h - Praca zespołowa – konsultacje projektów
2h - Prezentacja pracy zespołowej.

**Metody oceny:**

Wykład – dwa zaliczenia pisemne (test), sprawdzające wiedzę teoretyczną.
Laboratorium – projekt serwisu wykonywany w grupach kilkuosobowych, zaliczany na podstawie raportu końcowego oraz projektu, zgodnie z wymaganiami przedstawionymi na zajęciach.

**Egzamin:**

**Literatura:**

Literatura obowiązkowa:
• Centrum szkoleniowe Google AdWords, https://adwords.google.com/support/aw/?hl=pl.
• Materiały do wykładów prezentowane w serwisie www.electurer.edu.pl
• Gąsiorkiewicz A, Rostek K., Zawiła-Niedźwiecki J. (red.), Informatyka gospodarcza, Wydawnictwo Beck, Warszawa 2010.
Literatura zalecana:
• Danowski B., Tworzenie stron WWW w praktyce. Wydanie II, Helion, Gliwice 2007.
• Frontczak M., Marketing internetowy w wyszukiwarkach, Helion, Gliwice 2006.
• Karwatka T., Usability w e-biznesie. Co kieruje Twoim klientem?, Helion, Gliwice 2009.
• Kasperski M., Boguska-Torbicz A., Projektowanie stron WWW. Użyteczność w praktyce., Helion, Gliwice 2008.
• Powers S., Grafika w Internecie, Helion, Gliwice 2009.
• Schultz D., Cook C., HTML, XHTML i CSS. Nowoczesne tworzenie stron WWW, Helion, Gliwice 2008.
• Sokół R., Tworzenie stron WWW. Kurs. Wydanie II, Helion, Gliwice 2007.
• Watrall E., Siarto J., Head First Web Design. Edycja polska (Rusz głową!), Helion, Gliwice 2010.
Oprogramowanie:
• Adobe Photoshop Elements
• GIMP
• MS Office
• MS Visio

**Witryna www przedmiotu:**

**Uwagi:**

## Efekty przedmiotowe