

**SYLABUS**  
**MODULU IT V PODNIKU**  
**DÍLČÍ ČÁST**  
**PODNIKÁNÍ NA INTERNETU**

---

**Hronová Pavlína**

**Ostrava 2011**



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Název: Modul IT v podniku, dílčí část Podnikání na internetu

Autoři: Ing. Hronová Pavlína

Vydání: první, 2011

Počet stran: 14

Tisk: Vysoká škola podnikání, a. s.

Vydala: Vysoká škola podnikání, a. s. v Ostravě

Michálkovická 1810/181

710 00 Ostrava – Slezská Ostrava

©

© Vysoká škola podnikání, a.s. v Ostravě

<b>1. Název modulu</b>
<b>IT v podniku, dílčí část Podnikání na internetu</b>
<b>2. Číselné označení: BVS.3.7.2</b>

<b>3. Zařazení modulu do studia</b>	bakalářské studium	
	3. ročník	
	6. semestr	
<b>Typ modulu</b>	modul specializačního zaměření	
	povinně volitelný	
	mezioborový	
<b>Rozsah výuky (v hodinách)</b>	prezenční forma	1x2 hodiny týdně přednášek 1x 3 hodiny týdně cvičení
	kombinovaná forma	Týdenní konzultace 8 x 2 hodiny Měsíční konzultace 4 x 4 hodiny tj. 16 hodin konzultací
<b>Forma ukončení</b>	zápočet, generovaná zkouška	

<b>4. Studijní zátěž</b>	<b>7,5 kreditů</b>
--------------------------	--------------------

<b>1 Celková studijní zátěž modulu</b>	<b>7,5 kreditů</b>
<b>2 Studijní zátěž dílčí části modulu - 5. semestr</b>	<b>3,5 kreditů</b>
<b>3 Studijní zátěž dílčí části modulu - 6. semestr</b>	<b>4,0 kreditů</b>

<b>Charakteristika studijní zátěže u prezenční formy a kombinované formy studia</b>	
<b>Prezenční studium</b>	<b>Ohodnocení kredity</b>
2 hodiny přednáška (14 týdnů)	1,00
3 hodiny cvičení (14 týdnů)	1,50
aktivita na cvičení	0,25
příprava na průběžný test	0,25
příprava na zápočtový test	1,00
<b>Celkem</b>	<b>4,0</b>
<b>Kombinované studium</b>	<b>Ohodnocení kredity</b>
16 hodin konzultací	0,75
samostudium, příprava na konzultace	2,00
aktivita na konzultacích	0,25
příprava na zápočtový test	1,00
<b>Celkem</b>	<b>4,0</b>

## 5. Jména vyučujících

Příjmení	Jméno, tituly	Zařazení	Kontakt	Forma výuky
Hronová	Pavλίna Ing.	garant		
Heryán	Bronislav Ing.	vyučující		PS,KS
Matůš	Zdeněk Ing.	vyučující		PS, KS

## 6. Zaměření modulu

Dílčí část Podnikání na internetu je zaměřena na přípravu webu, který bude prodávat výrobky nebo služby. Přibližuje jak využít internet pro podnikání a jakých chyb se vyvarovat při jeho zahájení a rovněž v následném průběhu podnikání. Cílem modulu je představit informační sítě jako prostředí podporující podnikání. Dále tato část předkládá možnosti, jak tvořit a spravovat jednoduché, ekonomicky vyvážené modely elektronického obchodu v ČR. Studenti se také seznámí s hlavními oblastmi internetového marketingu a právními aspekty, které souvisí s podnikáním na internetu.

## 7. Výstupy z učení

- ❖ Schopnost zvolit vhodnou právní formu pro podnikání na internetu
- ❖ Schopnost orientovat se ve využití zahraničních serverů
- ❖ Určit cílovou skupinu zákazníků a identifikovat jejich potřeby
- ❖ Identifikovat konkurenci
- ❖ Vymezit konkurenční výhodu
- ❖ Definovat cíle e-shopu
- ❖ Zpracovat optimální strukturu e-shopu
- ❖ Schopnost tvorby webových grafických prvků, návrhů loga, vstupní stránky
- ❖ Umět vytvořit e-shop
- ❖ Rozdělit produkty (služby) do jednotlivých kategorií
- ❖ Zjistit a vložit cenové podmínky dopravy
- ❖ Spravovat registr zákazníků a vyřizovat objednávky
- ❖ Umět využívat marketingové nástroje
- ❖ Definovat ukazatele pro měření stavu obchodu, spokojenosti zákazníků a finanční výkonnosti

## 8. Nezbytné předpoklady

- ❖ počítačová gramotnost
- ❖ orientace v internetovém prostředí

## 9. Obsah

Učivo je rozděleno do 7 samostatných, na sebe navazujících témat (kapitol).

Poř. č.	Téma	Prezenční výuka	
		přednáška	cvičení
1.	<p><b>Možnosti podnikání na internetu</b> - obchodní příležitosti v ČR a ve světě. Principy úspěchu, prodejnost produktů.</p> <p><b>Právní podmínky vymezující podnikání na Internetu.</b></p>	ano	ano
2.	<p><b>Koncepce internetových obchodů</b>- základní charakteristika, nejčastější chyby při zakládání internetového obchodu. Specifikace obchodního plánu a cíle e-shopu, formulace strategie pro podnikání na internetu.</p> <p><b>Vývoj a tvorba e-shopu</b> - technologie, obsah a funkčnost, úvodní stránka a produkty, objednávkový proces.</p>	ano	ano
3.	<p><b>Grafika pro web</b> - logo, úprava fotografií, tlačítek.</p>	ano	ano
4.	<p><b>Tvorba vlastního e-shopu</b> - pomocí open source, úprava stránek.</p> <p><b>Správa e-shopu</b> - databáze zákazníků, objednávky.</p>	ano	ano
5.	<p><b>Internetový marketing</b> - propagace, optimalizace pro vyhledávače, tvorba zajímavých obsahů.</p> <p><b>Vyhodnocení e-shopu</b> - měření výkonnosti, výběr ukazatelů a jejich rozbor.</p>	ano	ano
6.	<p><b>Zásadní chyby při podnikání na internetu</b> – identifikace chyb a možnosti jejich předcházení.</p> <p><b>Elektronické platební systémy a jejich bezpečnost</b></p>	ano	ano

<b>7.</b>	<b>Význam internetu pro podnikatele</b> - internet jako nástroj pro vyhledání potřebných informací souvisejících s podnikáním.  <b>Elektronické bankovníctví.</b>	<b>ano</b>	<b>ano</b>
-----------	---	------------	------------

<b>C</b>	<b>1</b>				
<b>Název tématu</b>	<b>Možnosti podnikání na internetu</b> - obchodní příležitosti v ČR a ve světě. Principy úspěchu, prodejnost produktů.  <b>Právní podmínky vymezující podnikání na Internetu.</b>				
<b>Rozsah výuky</b>	<b>přednáška</b>	<b>2 hodiny</b>	<b>cvičení</b>	<b>3 hodiny</b>	
<b>Pořadí</b>	<b>přednášky</b>	<b>1</b>	<b>cvičení</b>	<b>1</b>	
<b>Osnova tématu přednášky</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>nejvhodnější forma pro podnikání na internetu s ohledem na předmět podnikání</li> <li>orientace ve využití zahraničních serverů</li> <li>založení živnosti - obchodní podmínky, legislativa, potřebná dokumentace</li> </ul>				
<b>Klíčová slova</b>	webhosting, affiliate, clickbank, e-books, aukční sítě, obchodní newsletter, spotřebitelské smlouvy, elektronický podpis a elektronická značka, e-komerce, e-business, e-shop,				
<b>Aktivitty na cvičení</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zjistit možné příležitosti využití internetu při podnikání</li> <li>zpracovat a analyzovat identifikované možnosti</li> <li>najít a upravit obchodní podmínky, reklamační řád e-shopu</li> </ul>				
<b>Základní literatura k tématu</b>					
<b>Jméno autora</b>	<b>Název</b>	<b>Vydavatel</b>	<b>Místo vydání</b>	<b>Rok vydání</b>	<b>ISBN</b>
MIKUŠA, V	Marketing na Internetu od A po Z. Dostupné na: <a href="http://sms-praha.cz/ebook/eb_01.pdf">http://sms-praha.cz/ebook/eb_01.pdf</a>				
KYNCL, L.	Internet a právní aspekty podnikání na něm. Dostupné na: <a href="http://www.epravo.cz/top/clanky/internet-a-pravni-aspekty-podnikani-na-nem-47705.html">http://www.epravo.cz/top/clanky/internet-a-pravni-aspekty-podnikani-na-nem-47705.html</a>				

<b>C</b>	<b>2</b>				
<b>Název tématu</b>	<p><b>Koncepce internetových obchodů</b>- základní charakteristika, nejčastější chyby při zakládání internetového obchodu. Specifikace obchodního plánu a cíle e-shopu, formulace strategie pro podnikání na internetu.</p> <p><b>Vývoj a tvorba e-shopu</b> - technologie, obsah a funkčnost, úvodní stránka a produkty, objednávkový proces.</p>				
<b>Rozsah výuky</b>	<b>přednáška</b>	<b>4 hodiny</b>	<b>cvičení</b>	<b>6 hodin</b>	
<b>Pořadí</b>	<b>přednášky</b>	<b>2 - 3</b>	<b>cvičení</b>	<b>2 - 3</b>	
<b>Osnova tématu přednášky</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifikace cílové skupiny a jejich potřeb</li> <li>• identifikace konkurence</li> <li>• Identifikace a popis konkurenční výhody, definice unikátní prodejní výhody</li> <li>• cíle e-shopu.</li> <li>• vymezení, které části e-shopu jsou důležité</li> <li>• tvorba optimální struktury e-shopu</li> <li>• kategorizace produktů</li> </ul>				
<b>Klíčová slova</b>	cílové skupiny, konkurenční výhody, silné a slabé stránky, wirefram, webový a databázový server, corporate identity (zapamatovatelnost)				
<b>Aktivity na cvičení</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• praktické seznámení s analytickými nástroji pro identifikaci příležitostí na elektronickém trhu</li> <li>• návrh postupu pro tvorbu zákaznického webového rozhraní</li> <li>• práce s identifikovanou cílovou skupinou</li> </ul>				
<b>Základní literatura k tématu</b>					
<b>Jméno autora</b>	<b>Název</b>	<b>Vydavatel</b>	<b>Místo vydání</b>	<b>Rok vydání</b>	<b>ISBN</b>
<b>Kolektiv autorů</b>	<b>Jak provozovat úspěšný e-shop.</b> <b>Dostupné na:</b>  <a href="http://www.shoptet.cz/dokumenty/navod_eshop.pdf">www.shoptet.cz/dokumenty/navod_eshop.pdf</a>				
<b>DVOŘÁK, J.</b>	<b>Elektronický obchod.</b>	<b>CSc - Brno</b>	<b>Brno</b>	<b>2002</b>	<b>ISBN 80-214-2236-X</b>



<b>C</b>	<b>3</b>				
<b>Název tématu</b>	<b>Grafika pro web</b> - logo, úprava fotografií, tlačítek.				
<b>Rozsah výuky</b>	<b>přednáška</b>	<b>2 hodiny</b>	<b>cvičení</b>	<b>3 hodiny</b>	
<b>Pořadí</b>	<b>přednášky</b>	<b>4</b>	<b>cvičení</b>	<b>4</b>	
<b>Osnova tématu přednášky</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• tvorba webových grafických prvků</li> <li>• návrh loga</li> <li>• návrh vstupní stránky</li> </ul>				
<b>Klíčová slova</b>	logo, layout, webdesign, Flash				
<b>Aktivita na cvičení</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zpracování vlastního návrhu loga</li> <li>• konstrukce a tvorba tlačítek</li> <li>• úprava fotografií</li> </ul>				
<b>Základní literatura k tématu</b>					
<b>Jméno autora</b>	<b>Název</b>	<b>Vydavatel</b>	<b>Místo vydání</b>	<b>Rok vydání</b>	<b>ISBN</b>
<b>TÚMA, T.</b>	<b>Počítačová grafika a design</b>	<b>Computer Press</b>	Brno		<b>978-80-251-1784-2</b>

<b>C</b>	<b>4</b>				
<b>Název tématu</b>	<b>Tvorba vlastního e-shopu</b> - pomocí open source, úprava stránek. <b>Správa e-shopu</b> - databáze zákazníků, objednávky.				
<b>Rozsah výuky</b>	<b>přednáška</b>	<b>6 hodin</b>	<b>cvičení</b>	<b>9 hodin</b>	
<b>Pořadí</b>	<b>přednášky</b>	<b>5 - 7</b>	<b>cvičení</b>	<b>5 - 7</b>	
<b>Osnova tématu přednášky</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• tvorba e-shopu</li> <li>• rozdělení produktů (služeb) do jednotlivých kategorií</li> <li>• umístování a doplňování fotografií</li> <li>• popis produktů (služeb) a jejich zařazení do katalogu</li> <li>• formulace a vložení cenových podmínek pro dopravu produktů</li> <li>• správa registru zákazníků</li> <li>• vyřizování objednávek</li> </ul>				

<b>Klíčová slova</b>	ZenCart, katalog zboží, dobírka, DHL, kategorie, databáze, MySQL.				
<b>Aktivity na cvičení</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vytvoření www stránky</li> <li>• tvorba katalogu zboží</li> <li>• zpracování návrhu objednávkového systému</li> <li>• vyhodnocení návštěvnosti</li> <li>• návrh pro tvorbu databáze zákazníků</li> </ul>				
<b>Základní literatura k tématu</b>					
<b>Jméno autora</b>	<b>Název</b>	<b>Vydavatel</b>	<b>Místo vydání</b>	<b>Rok vydání</b>	<b>ISBN</b>
Stránky věnované softwaru ZenCart. Dostupné z <a href="http://www.zencart.cz/">http://www.zencart.cz/</a>					

<b>C</b>	5				
<b>Název tématu</b>	<b>Internetový marketing</b> - propagace, optimalizace pro vyhledávače, tvorba zajímavých obsahů. <b>Vyhodnocení e-shopu</b> - měření výkonnosti, jednotlivé ukazatelé a jejich rozbor.				
<b>Rozsah výuky</b>	<b>přednáška</b>	<b>6 hodin</b>	<b>cvičení</b>	<b>9 hodin</b>	
<b>Pořadí</b>	<b>přednášky</b>	<b>8 - 10</b>	<b>cvičení</b>	<b>8 - 10</b>	
<b>Osnova tématu přednášky</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• tradiční (nové) komunikační a marketingové přístupy</li> <li>• marketing jako konkurenční výhoda</li> <li>• využití marketingových nástrojů</li> <li>• definice ukazatelů pro měření stavu obchodu, spokojenosti zákazníků a finanční výkonnosti</li> </ul>				
<b>Klíčová slova</b>	marketingový mix, copywriting, SEO analýza, PPC reklama, linkbuilding				
<b>Aktivity na cvičení</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• praktické využití on-line nástrojů v marketingu</li> <li>• sestavení některých ukazatelů pro měření výkonnosti e-shopu</li> <li>• výpočet a analýza jednotlivých ukazatelů výkonnosti e-shopu</li> </ul>				

Základní literatura k tématu					
Jméno autora	Název	Vydavatel	Místo vydání	Rok vydání	ISBN
SEDLÁČEK, J.	E-komerce, internetový a mobil marketing od A do Z.	BEN- technická literatura	Praha	2006	
DVOŘÁK, J.	Elektronický obchod.	MSD – Brno s.r.o.	Brno	2002	80-214-2236-X

<b>C</b>	<b>6</b>			
<b>Název tématu</b>	Zásadní chyby při podnikání na internetu. Elektronické platební systémy a jejich bezpečnost.			
<b>Rozsah výuky</b>	<b>přednáška</b>	<b>2 hodiny</b>	<b>cvičení</b>	<b>3 hodiny</b>
<b>Pořadí</b>	<b>přednášky</b>	<b>11 - 12</b>	<b>cvičení</b>	<b>11 - 12</b>
<b>Osnova tématu přednášky</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>výskyt chybovosti</li> <li>možná řešení pro odstranění nedostatků při návrhu, tvorbě a správě webu</li> <li>specifikace jednotlivých způsobů úhrady odebraných produktů</li> <li>výhody a nevýhody jednotlivých způsobů úhrady produktů</li> </ul>			
<b>Klíčová slova</b>	použitelnost a důvěryhodnost webu, nevhodné nástroje, podcenění konkurence, autentizace, elektronická peněženka, PaySec,			
<b>Aktivity na cvičení</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>praktické příklady pro identifikaci výskytu konkrétních chyb</li> <li>zpracování návrhu pro minimalizaci chybovosti</li> <li>konkrétní využití jednotlivých způsobů úhrady produktů</li> </ul>			

Základní literatura k tématu					
Jméno autora	Název	Vydavatel	Místo vydání	Rok vydání	ISBN
SEDLÁČEK, J.	E-komerce, internetový a mobil marketing od A do Z.	BEN- technická literatura	Praha	2006	
DVOŘÁK, J.	Elektronický obchod.	MSD – Brno s.r.o.	Brno	2002	80-214-2236-X

<b>C</b>	<b>7</b>			
<b>Název tématu</b>	Internet pro podnikatele. Elektronické bankovníctví.			
<b>Rozsah výuky</b>	<b>přednáška</b>	<b>4 hodiny</b>	<b>cvičení</b>	<b>6 hodin</b>
<b>Pořadí</b>	<b>přednášky</b>	<b>13 - 14</b>	<b>cvičení</b>	<b>13 - 14</b>
<b>Osnova tématu přednášky</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>internet – zdroj pro vyhledání informací o pojištění, daních, reklamě atd.</li> <li>rozdělení a definice jednotlivých druhů e-bankingu</li> </ul>			
<b>Klíčová slova</b>	weby státních institucí, e-banking, tele banking, sms banking, home banking			
<b>Aktivity na cvičení</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>procvičení přednesené problematiky na konkrétních příkladech</li> </ul>			

Základní literatura k tématu					
Jméno autora	Název	Vydavatel	Místo vydání	Rok vydání	ISBN
FRANCŮ, M.	Internet pro podnikatele	Computer Press	Praha	2002	80-7226-623-3
PŘÁDKA M., KALA, J.	Elektronické bankovníctví: rady a tipy	Computer Press	Praha	2000	80-902243-2-6

<b>10. Literatura modulu a další studijní zdroje</b>					
<b>Povinná literatura</b>					
<b>Jméno autora</b>	<b>Název</b>	<b>Vydavatel</b>	<b>Místo vydání</b>	<b>Rok vydání</b>	<b>ISBN</b>
SEDLÁČEK, J.	E-komerce, internetový a mobil marketing od A do Z.	BEN-technická literatura	Praha	2006	
DVOŘÁK, J.	Elektronický obchod.	MSD – Brno s.r.o.	Brno	2002	80-214-2236-X
<b>Doporučená literatura</b>					
<b>Jméno autora</b>	<b>Název</b>	<b>Vydavatel</b>	<b>Místo vydání</b>	<b>Rok vydání</b>	<b>ISBN</b>
FRANCŮ, M.	Internet pro podnikatele	Computer Press	Praha	2002	80-7226-623-3
PŘÁDKA M., KALA, J.	Elektronické bankovníctví: rady a tipy	Computer Press	Praha	2000	80-902243-2-6
<b>Ostatní zdroje</b>					
<b>Odkaz na zdroj</b>	<b>Název</b>	<b>Další specifikace</b>			
<b>Studijní pomůcky</b>					
<b>Název</b>	<b>Další specifikace</b>				

<b>11. Vyučovací metody</b>	
❖	přednášky
❖	cvičení
❖	řízená výuka
❖	individuální studium
❖	případová studie

- ❖ tvorba grafických návrhů

## 12. Metody hodnocení + způsob ukončení modulu

- ❖ seminární práce
- ❖ kontrolní testy
- ❖ zápočet, generovaná zkouška

## 13. Vyučovací jazyk

- ❖ jazyk český