

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Market Simulation (Ćw. audytoryjne), PG_00129845						
Kierunek studiów	International Business (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2026/2027				
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów				
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni				
Rok studiów	3	Język wykładowy	polski Angielski 100%				
Semestr studiów	5	Liczba punktów ECTS	3.0				
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	zaliczenie				
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Biznesu Międzynarodowego -> Zakład Strategii Marketingowych						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Marek Reysowski					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu	dr Marek Reysowski					
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów	Udział w konsultacjach	Praca własna studenta	RAZEM		
	Liczba godzin pracy studenta	30	15.0	30.0	75		
Cel przedmiotu	Zrozumienie procesów zachodzących w ramach przedsiębiorstwa. Umiejętność definiowania potrzeb i preferencji klientów oraz tworzenia w oparciu o nie produktów i usług.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[IBL3_U01] potrafi interpretować i wyjaśniać zjawiska ekonomiczne, analizować ich przyczyny, przebieg i związki między nimi, wykorzystując nabytą wiedzę z zakresu biznesu międzynarodowego, ekonomii i finansów oraz dziedzin pokrewnych	Student potrafi interpretować i wyjaśniać zjawiska ekonomiczne, analizować ich przyczyny, przebieg i powiązania w obrębie tych zjawisk wykorzystując zdobytą wiedzę z zakresu międzynarodowego biznesu i marketingu.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[IBL3_U02] potrafi formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy związane z biznesem międzynarodowym, stosując metody i narzędzia badań ilościowych i jakościowych oraz zaawansowane techniki komunikacyjne i informacyjne stosowane w dziedzinie biznesu międzynarodowego, ekonomii i finansów	Student potrafi formułować i rozwiązywać złożone i niestandardowe zagadnienia w biznesie międzynarodowym z wykorzystaniem różnych metod i narzędzi oraz rozwiązań, a także zaawansowanych technik komunikacyjnych i informacyjnych mających zastosowanie w obszarze biznesu międzynarodowego, ekonomii i finansów w oparciu o grę symulacyjną.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[IBL3_K02] jest gotowy do krytycznej oceny własnej wiedzy z zakresu biznesu międzynarodowego, ekonomii i finansów oraz pokrewnych dziedzin	Student jest gotowy do krytycznej oceny własnej wiedzy z zakresu biznesu międzynarodowego i zarządzania strategicznego.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK5] realizacja zadania problemowego
	[IBL3_K04] jest gotowy do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	Student jest gotowy do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK5] realizacja zadania problemowego
	[IBL3_W08] zna i rozumie zasady podejmowania decyzji gospodarczych przez jednostki działające w strukturach społecznych i biznesowych	Student zna i rozumie zasady podejmowania decyzji gospodarczych przez jednostki działające w strukturach społecznych i biznesowych.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW5] realizacja zadania problemowego
[IBL3_U09] potrafi pracować indywidualnie i w zespołach, także o charakterze interdyscyplinarnym; potrafi planować i organizować własne zadania oraz prace zespołu	Student potrafi pracować indywidualnie iw zespołach, także o charakterze interdyscyplinarnym; potrafi planować i organizować zadania własne oraz pracę zespołów.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych	
Treści przedmiotu	1. Wprowadzenie do zarządzania strategicznego 2. Segmentacja rynku 3. Długoterminowa strategia rynkowa symulowanej firmy 4. Wprowadzenie do oprogramowania symulacyjnego 5. Techniki wprowadzania nowych produktów 6. Opracowanie strategii komunikacyjnych 7. Badania lojalności i satysfakcji		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Wiedza na temat marketing-mix i rozumienie badań marketingowych.		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Zaangażowanie osobiste	51.0%	10.0%
	Projekt, symulacja rynku	51.0%	90.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Marcin Skurczyński, Strategic market simulation - 4RMR - teaching materials and manual, IHZ, Sopot 2010 Marcin Skurczyński, Segmentation - teaching materials, IHZ, Sopot 2010
	Uzupełniająca lista lektur	Philip Kotler, Marketing Management, Pearson, wydania po 2000 roku
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.