

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Symulacje rynkowe (Ćw. audytoryjne), PG_00172416						
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2027/2028		
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		
Semestr studiów	6		Liczba punktów ECTS		2.0		
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						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	15.0	0.0	0.0	0.0	15
	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	15		5.0		30.0	50
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		
	[MSG3_U07] potrafi realizować transakcje handlowe na rynku międzynarodowym, wybrać i zastosować odpowiednią formę rozliczenia transakcji, analizować i krytycznie oceniać przebieg transakcji		Student potrafi realizować transakcje wykorzystywane podczas symulacji rynkowej, umie je krytycznie oceniać. Projekt przygotowywany w zespole jest omawiany podczas konsultacji z prowadzącym zajęcia.		[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport		
	[MSG3_W16] zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady zawierania oraz realizacji transakcji handlowych na rynku międzynarodowym		Student zna zasady i warunki zawierania umów wykorzystywanych podczas symulacji rynkowej.		[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport		
	[MSG3_W15] ma zaawansowaną wiedzę o zarządzaniu podmiotem gospodarczym na rynku międzynarodowym, zna i rozumie strategię oraz narzędzia marketingowe wykorzystywane w tym zarządzaniu		Student ma wiedzę o zarządzaniu podmiotem gospodarczym, zna strategię i narzędzia marketingowe wykorzystywane podczas symulacji rynkowej.		[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport		
	[MSG3_K04] jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, jest odporny na porażki, umie identyfikować zagrożenia oraz ocenić ryzyko ich wystąpienia		W czasie symulacji rynkowej student myśli i działa w sposób przedsiębiorczy, identyfikuje zagrożenia, dostosowuje się do nowych sytuacji.		[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport		

Treści przedmiotu	1. Wprowadzenie do strategicznego zarządzania przedsiębiorstwem 1		
	1.1. Metody kształtowania celów strategicznych w przedsiębiorstwie		
	1.2. Elementy planu strategicznego		
	2. Wprowadzenie do strategicznego zarządzania przedsiębiorstwem 2		
	2.1. Podstawowe analizy strategiczne		
	2.2. Metody pozycjonowania względem konkurentów		
	3. Metody segmentacji klientów		
	3.1. Segmentacja w oparciu o preferencje i zwyczaje klientów		
	3.2. Charakterystyka demograficzna segmentów		
	4. Opracowanie długofalowej strategii dla prowadzonego przedsiębiorstwa		
	5. Wprowadzenie do symulacji		
	5.1. Opis sytuacji na rynku		
	5.2. Nauka obsługi interfejsu użytkownika		
	6. Metody wprowadzania nowego produktu na rynek		
	6.1. Analiza oczekiwań i preferencji klientów		
	6.3. Definiowanie przedziału akceptowalności cen		
	7. Budowanie i wdrażanie strategii komunikacyjnych		
	7.1. Dobór komunikatu i mediów do segmentów docelowych		
	7.2. Świadomość spontaniczna i wspomagana		
	8. Badania satysfakcji i lojalności klientów		
	8.1. Wskaźnik satysfakcji ogólnej		
	8.2. Wpływ poszczególnych elementów oferty na ogólne zadowolenie klientów		
	9. Podsumowanie zajęć		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Aktywność, zaangażowanie studenta	0.0%	20.0%
	Projekt, symulacja rynkowa	50.0%	80.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Marcin Skurczyński, Strategiczna symulacja rynkowa 4RMR - Podręcznik, IHZ, Sopot 2015 Marcin Skurczyński, Segmentacja - materiały do zajęć, IHZ, Sopot 2010
	Uzupełniająca lista lektur	Philip Kotler, Marketing Management, Pearson, wydania po 2000 roku
	Adresy eZasobów	Adresy na platformie eNauczanie:
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.