Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Symulacje rynkowe , PG_00199280		
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)		
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2028/2029
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni
Rok studiów	3	Język wykładowy	polski
Semestr studiów	6	Liczba punktów ECTS	4.0
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	15.0	15.0	0.0	30.0	0.0	60
	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	60	0.0	40.0	100

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
	[MSGL3_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. Student potrafi wykonać zadanie projektowe dotyczące symulacji rynkowej oraz konsultuje jego założenia i postępy z prowadzącym zajęcia podczas konsultacji oraz bloków projektowych. Bloki projektowe ujęte są w planie zajęć, a terminy i miejsca konsultacji opublikowane na stronie internetowej UG.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU5] realizacja zadania problemowego
	[MSGL3_K04] wykazuje gotowość do myślenia i działania 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
	[MSGL3_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 [SW5] realizacja zadania problemowego
	[MSGL3_W15] ma zaawansowaną wiedzę o zarządzaniu podmiotem gospodarczym na rynku międzynarodowym, zna i rozumie strategie oraz narzędzia marketingowe wykorzystywane w tym zarządzaniu	Student ma wiedzę o zarządzaniu podmiotem gospodarczym, zna strategie i narzędzia marketingowe wykorzystywane podczas symulacji rynkowej.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SW5] realizacja zadania problemowego

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	51.0%	10.0%
Projekt, symulacja rynkowa	51.0%	90.0%

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	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.