

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Symulacje i gry biznesowe , PG_00199398						
Kierunek studiów	Ekonomia (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2027/2028		
Poziom kształcenia	II stopnia	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	2	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	3	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
	[EKONMU2_W05] ma wiedzę o człowieku jako producencie i konsumentcie oraz o człowieku jako twórcy kultury i struktur społecznych	Student ma rozszerzoną wiedzę o człowieku jako konsumentcie i nabywcy produktów zaproponowanych przez uczestników symulacji.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW5] realizacja zadania problemowego
	[EKONMU2_W03] ma wiedzę o relacjach między zjawiskami, podmiotami i organizacjami gospodarczymi oraz instytucjami publicznymi funkcjonującymi w sferze krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej	Student ma pogłębioną wiedzę o relacjach między podmiotami, uczestnikami symulacji i zachodzącymi między nimi zjawiskami.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW5] realizacja zadania problemowego
	[EKONMU2_U13] potrafi kierować pracą zespołu oraz współdziałać i pracować w zespole (w tym w środowisku międzynarodowym), przyjmując w nim wiodącą rolę	Student potrafi współdziałać i pracować w zespole reprezentując przedsiębiorstwo, uczestnika symulacji.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU5] realizacja zadania problemowego
	[EKONMU2_U06] posiada umiejętność wykorzystania w praktyce różnych form i zakresu zdobytej wiedzy z zakresu ekonomii, finansów i zarządzania, uzupełniając ją o samodzielną krytyczną analizę skuteczności i przydatności	Student posiada umiejętność wykorzystania w praktyce zdobytej wiedzy z zakresu ekonomii, finansów i zarządzania, uzupełniając ją w czasie gry o analizę skuteczności. Wątpliwości pojawiające się podczas analizy omawiane są podczas konsultacji z prowadzącym zajęcia.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[EKONMU2_K04] wykazuje gotowość do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, nabywa odporność na porażki, umie ocenić ryzyko i zagrożenia oraz znajdować sposoby przeciwdziałania ich skutkom	Student dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, nabywa odporność na porażki jako członek zespołu biorącego udział w symulacji.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK5] 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

	Student omawia wątpliwości z zajęć podczas konsultacji z prowadzącym zajęcia		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Projekt, symulacja rynkowa	51.0%	100.0%
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.