

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	International Marketing, PG_00202526						
Kierunek studiów	Ekonomia (O), Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O), International Business (O), Logistics and Mobility (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		angielski		
Semestr studiów	3		Liczba punktów ECTS		5.0		
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	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		0.0		95.0	125
Cel przedmiotu	The objective of the course is to complement the implementation of selected learning objectives in terms of knowledge, skills and social competence as provided for economics and / or international economic relations study programmes.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[EKONL3_K03] uczestniczy w przygotowaniu projektów ekonomiczno-społecznych, potrafią godzić wymagania prawne, ekonomiczne, ekologiczne, polityczne i społeczne	Students can work as a team on projects, including taking various team roles, have elementary organizational skills that allow them the implementation of the objectives and making professional activities.	[SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[EKONL3_U02] potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną i pozyskiwać dane do analizowania konkretnych procesów i zjawisk gospodarczych i społecznych oraz analizować te zjawiska za pomocą metod stworzonych w ekonomii, finansach i naukach o zarządzaniu	Students are able to make observations and analysis of basic marketing processes taking place in an market economy, can interpret necessary in this regard statistical data and economic indicators, as well as to forecast economic processes and phenomena using standard methods and tools in economics	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[EKONL3_W05] ma wiedzę o człowieku jako podmiocie tworzącym struktury społeczne i zasady ich funkcjonowania oraz o jego działaniu w tych strukturach, zna dobrze motywy podejmowania decyzji gospodarczych przez człowieka	Students have a basic knowledge of a human being, as a unit of economic decision-maker acting in social structures and agencies, in particular companies operatin in the international market-know the basic methods and marketing tools, including tools and techniques of data collection, allowing to describe and analyze business entities operating in the international market and the processes and phenomena between them.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSGMU2_U02] potrafi dokonywać obserwacji, oceniać i krytycznie analizować przyczyny oraz przebieg procesów i zjawisk zachodzących w gospodarce otwartej, potrafi formułować własne opinie na ten temat, interpretować niezbędne w tym zakresie dane statystyczne oraz wskaźniki ekonomiczne, a także prognozować procesy i zjawiska gospodarcze z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi stosowanych w naukach ekonomicznych	Students are able to make observations and analysis of basic marketing processes taking place in an market economy, can interpret necessary in this regard statistical data and economic indicators, as well as to forecast economic processes and phenomena using standard methods and tools in economics.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSGSL3_K03] uczestniczy w przygotowaniu projektów ekonomiczno-społecznych, potrafi godzić wymagania prawne, ekonomiczne, ekologiczne, polityczne i społeczne	Students can work as a team on projects, including taking various team roles, have elementary organizational skills that allow them the implementation of the objectives and making professional activities.	[SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[MSGMU2_W14] posiada pogłębioną wiedzę o człowieku jako jednostce podejmującej decyzje ekonomiczne, działającej w strukturach społecznych i jednostkach organizacyjnych, w szczególności w przedsiębiorstwach działających na rynku międzynarodowym	Students can work as a team on projects, including taking various team roles, have elementary organizational skills that allow them the implementation of the objectives and making professional activities.operating in the international market and the processes and phenomena between them.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[EKONMU2_K03] inspirowuje i organizuje przygotowywanie projektów ekonomiczno-społecznych, w zgodzie z ideą zrównoważonego rozwoju, potrafią godzić wymagania prawne, ekonomiczne, ekologiczne, polityczne i społeczne	Students can work as a team on projects, including taking various team roles, have elementary organizational skills that allow them the implementation of the objectives and making professional activities.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport

Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
[MSGSL3_W07] zna i rozumie rodzaje więzi ekonomicznych oraz rządzące nimi prawidłowości, w tym zasady funkcjonowania rynku i mechanizmu rynkowego, zarówno w aspekcie krajowym, jak i międzynarodowym	Students have a basic knowledge of a human being, as a unit of economic decision-maker acting in social structures and agencies, in particular companies operating in the international market-know the basic methods and marketing tools, including tools and techniques of data collection, allowing to describe and analyze business entities operating in the international market and the processes and phenomena between them.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
[MSGMU2_K03] wykazuje gotowość do aktywnego uczestniczenia w grupach, organizacjach i instytucjach realizujących profesjonalne projekty dotyczące funkcjonowania podmiotów gospodarczych w warunkach globalizacji i rozwoju procesów integracyjnych	Students can work as a team on projects, including taking various team roles, have elementary organizational skills that allow them the implementation of the objectives and making professional activities.	[SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
[MSGSL3_U01] potrafi prawidłowo interpretować i wyjaśniać zjawiska gospodarcze i społeczne, analizować ich przyczyny, przebieg oraz powiązania między tymi zjawiskami, korzystając z posiadanej wiedzy z ekonomii, finansów i międzynarodowych stosunków gospodarczych	Students can interpret the basic problems of international marketing linked to the modern world economy, their causes and processes.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
[MSGSL3_W15] ma zaawansowaną wiedzę o zarządzaniu podmiotem gospodarczym na rynku międzynarodowym, zna i rozumie strategię oraz narzędzia marketingowe wykorzystywane w tym zarządzaniu	Students have an advanced knowledge of management of an economic entity on the international market; knows and understands strategies and marketing tools used in this management.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
[MSGMU2_W09] dysponuje pogłębioną wiedzą dotyczącą wybranych obszarów funkcjonowania współczesnego przedsiębiorstwa w otoczeniu krajowym i międzynarodowym, rozumie uwarunkowania, zasady i konsekwencje decyzji podejmowanych w jego strukturach mające na celu rozwój oraz zależności zachodzące między przedsiębiorstwami na rynku międzynarodowym	Students have an in-depth knowledge of selected areas of the functioning of a modern enterprise in the national and international environment.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
[MSGSL3_W09] ma wiedzę o człowieku jako jednostce podejmującej decyzje ekonomiczne, działającej w strukturach społecznych i jednostkach organizacyjnych, w szczególności przedsiębiorstwach lub prowadzącej indywidualną działalność gospodarczą	Students know the types of economic relations between multinational markets and the regularity governing these relations, including rules of the market and market mechanism, both in terms of national and international scope.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
[EKONL3_U01] potrafi prawidłowo interpretować zjawiska gospodarcze i społeczne oraz stosować wiedzę z ekonomii, finansów i nauk o zarządzaniu do wyjaśniania zjawisk gospodarczych	Students can interpret the basic problems of international marketing linked to the modern world economy, their causes and processes.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
[EKONMU2_U01] potrafi twórczo interpretować i wyjaśniać zjawiska gospodarcze i społeczne oraz relacje między tymi zjawiskami, korzystając z posiadanej wiedzy z zakresu ekonomii, finansów i nauk o zarządzaniu	Students can interpret the basic problems of international marketing linked to the modern world economy, their causes and processes.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport

	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[EKONMU2_W05] ma rozszerzoną wiedzę o człowieku jako producencie i konsumentcie i poszerzoną wiedzę o człowieku jako twórcy kultury i struktur społecznych	Students have a basic knowledge of a human being, as a unit of economic decision-maker acting in social structures and agencies, in particular companies operating in the international market-know the basic methods and marketing tools, including tools and techniques of data collection, allowing to describe and analyze business entities operating in the international market and the processes and phenomena between them.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSGMU2_U01] potrafi twórczo interpretować i wyjaśniać złożone i nietypowe zjawiska ekonomiczne oraz relacje występujące między nimi, korzystając z posiadanej wiedzy z zakresu ekonomii, finansów i międzynarodowych stosunków gospodarczych	Students can interpret the basic problems of international marketing linked to the modern world economy, their causes and processes.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[EKONL3_W07] ma zaawansowaną wiedzę o zasadach ekonomicznych i finansowych funkcjonowania oraz zarządzania podmiotami i organizacjami gospodarczymi, a także o normach i regułach prawnych, organizacyjnych, moralnych i etycznych funkcjonowania instytucji publicznych	Students have an in-depth knowledge of selected areas of the functioning of a modern enterprise in the national and international environment.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[EKONMU2_U02] potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do opisu i analizowania przyczyn i przebiegu procesów i zjawisk gospodarczych i społecznych oraz potrafi formułować własne opinie i krytycznie dobierać dane i metody analiz na podstawie dorobku nauk ekonomicznych i społecznych	Students are able to make observations and analysis of basic marketing processes taking place in an market economy, can interpret necessary in this regard statistical data and economic indicators, as well as to forecast economic processes and phenomena using standard methods and tools in economics.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[EKONMU2_W07] ma pogłębioną wiedzę na temat zasad ekonomicznych i finansowych funkcjonowania oraz zarządzania podmiotami i organizacjami gospodarczymi, a także o systemach norm i reguł prawnych, organizacyjnych, zawodowych, moralnych i etycznych organizujących struktury i instytucje publiczne, zarówno w sferze krajowej, jak i międzynarodowej	Students have an in-depth knowledge of selected areas of the functioning of a modern enterprise in the national and international environment	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSGGL3_U02] potrafi oceniać zjawiska gospodarcze i społeczne zachodzące w gospodarce otwartej, interpretować niezbędne w tym zakresie dane statystyczne oraz wskaźniki ekonomiczne, a także prognozować zjawiska i procesy gospodarcze z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi stosowanych w naukach ekonomicznych	Students are able to make observations and analysis of basic marketing processes taking place in an market economy, can interpret necessary in this regard statistical data and economic indicators, as well as to forecast economic processes and phenomena using standard methods and tools in economics.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport

Treści przedmiotu	1. Introduction into the International Marketing and Entry Modes Objectives and program of the course Literature Grading Policy Direct exporting Direct investment Strategic alliances 2. Global Segmentation and Positioning Grouping consumers within countries into homogenous segments Use of strategically equivalent segments Use of macro and micro data Implications for positioning Tools for forming groups 3. International Marketing Research Basic problems in international marketing research Sources of information Adapting research methods to the international specific Evaluation of foreign markets attractiveness 4. Pricing International price setting International price standardization Transfer pricing 5. Product Development For Global Markets Adaptation vs standardization Concept testing Influence of the R&D interface New product development for international markets Product introduction: diffusion, sprinkler and waterfall 6. Distribution strategies Exclusive distribution Selective distribution Intensive distribution 7. Promotion strategies Pull strategy Push strategy		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Students must have basic knowledge about marketing and graduate at least one marketing course. The course cannot be selected by I IB students who have it in their study programme as an obligatory course.		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	student involvement & group wor	0.0%	30.0%
	Test	50.0%	70.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Basic literature: Philip Kotler, Marketing, any edition dated after 1998. Stanley L. Paliwoda, Michael J. Thomas, International Marketing, Butterworth Heinemann 1998. P. Cateora, J. Graham, M. Gilly, International Marketing, McGraw-Hill 2021.	
	Uzupełniająca lista lektur	The Central Challenge for Global Strategy By Pankay Ghemawat, Harvard Business Review, March 2007 Handouts distributed at class.	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania			
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.