

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Market Simulation , PG_00177605						
Kierunek studiów	Ekonomia (O), Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2025/2026		
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	4		Liczba punktów ECTS		5.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca							
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	0.0	30.0	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		0.0	30
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_W04] zna różne rodzaje więzi gospodarczych i społecznych oraz występujące między nimi prawidłowości, ma pogłębioną wiedzę w zakresie więzi gospodarczych i finansowych łączących przedsiębiorstwa	Student ma pogłębioną wiedzę o relacjach między podmiotami, uczestnikami symulacji i zachodzącymi między nimi zjawiskami.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[EKONMU2_W05] ma rozszerzoną wiedzę o człowieku jako producencie i konsumencie i poszerzoną wiedzę o człowieku jako twórcy kultury i struktur społecznych	Student ma rozszerzoną wiedzę o człowieku jako konsumencie i nabywcy produktów zaproponowanych przez uczestników symulacji.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [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.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU5] realizacja zadania problemowego [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[MSGMU2_W03] zna i rozumie rodzaje więzi ekonomicznych oraz rządzące nimi prawidłowości, rozumie uwarunkowania oraz zasady funkcjonowania rynku i mechanizmu rynkowego, w aspekcie krajowym, międzynarodowym i globalnym	Student ma pogłębioną wiedzę o relacjach między podmiotami, uczestnikami symulacji i zachodzącymi między nimi zjawiskami.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[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	Student ma rozszerzoną wiedzę o człowieku jako konsumencie i nabywcy produktów zaproponowanych przez uczestników symulacji.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SW5] realizacja zadania problemowego
	[MSGMU2_U12] potrafi kierować pracą zespołu oraz współdziałać i pracować w zespole, w szczególności międzynarodowym, przyjmując w nim wiodącą rolę	Student potrafi współdziałać i pracować w zespole reprezentując przedsiębiorstwo, uczestnika symulacji.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU5] realizacja zadania problemowego [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[MSGMU2_K04] jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, nabywa odporność na porażki, ocenia ryzyko i zagrożenia oraz znajduje 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. Dodatkowe pytania, które dotyczą mechanizmu symulacji omawiane są podczas konsultacji z prowadzącym zajęcia.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK5] realizacja zadania problemowego
	[EKONMU2_K04] jest gotów myśleć i działać 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. Dodatkowe pytania, które dotyczą mechanizmu symulacji omawiane są podczas konsultacji z prowadzącym zajęcia.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [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		
Wymagania wstępne i dodatkowe	-		
Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Projekt	51.0%	90.0%
	Aktywność	0.0%	10.0%

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.