

## Karta przedmiotu

|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                           |                                      |                        |                                                                                    |                       |       |
|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu                   | International Marketing , PG_00178146                                                                                                                                                                                                           |                                                           |                                      |                        |                                                                                    |                       |       |
| 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<br>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                     |                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                           |                                      |                        |                                                                                    |                       |       |
| 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                                                                                                                                                                                                                             | 30.0                                                      | 0.0                                  | 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                    |                                                                                    | 0.0                   | 30    |
| Cel przedmiotu                           | Celem przedmiotu jest uzupełnienie realizacji wybranych efektów uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych przewidzianych w programach studiów z zakresu Ekonomii i/lub Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych. |                                                           |                                      |                        |                                                                                    |                       |       |

| Efekty uczenia się przedmiotu | Efekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Efekt z przedmiotu                                                                                                                                                                                         | Sposób weryfikacji i oceny efektu                                                    |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|                               | [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 | Student potrafi pozyskać dane dotyczące rynków międzynarodowych i dokonać analizy atrakcyjności tych rynków. Odpowiednia interpretacja i prezentacja wskaźników będzie konsultowana z prowadzącym zajęcia. | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport |
|                               | [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                                                                                                                                                                                         | Student potrafi zinterpretować wskaźniki opisujące atrakcyjność rynków zagranicznych i na tej bazie podjąć decyzję dotyczącą ekspansji międzynarodowej.                                                    | [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny  |
|                               | [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                                                                                                                                                                                                                       | Student potrafi zinterpretować wskaźniki opisujące atrakcyjność rynków zagranicznych i na tej bazie podjąć decyzję dotyczącą ekspansji międzynarodowej.                                                    | [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny  |
|                               | [EKONMU2_W05] ma rozszerzoną wiedzę o człowieku jako producencie i konsumentie i poszerzoną wiedzę o człowieku jako twórcy kultury i struktur społecznych                                                                                                                                                                                                                                                                             | Student ma wiedzę o procesie dokonywania segmentacji nabywców.                                                                                                                                             | [SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny                                               |
|                               | [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                                                                               | Student zna mechanizmy regulujące konkurencję na rynkach międzynarodowych.                                                                                                                                 | [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                                                                                 | Student zna mechanizmy regulujące konkurencję na rynkach międzynarodowych.                                                                                                                                 | [SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny                                               |
|                               | [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 wiedzę o procesie dokonywania segmentacji nabywców.                                                                                                                                             | [SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny                                               |

|  | Efekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                                                                                        | Efekt z przedmiotu                                                                                                                                                                                         | Sposób weryfikacji i oceny efektu                                                                                             |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | [EKONMU2_K03] inspiruje i organizuje przygotowywanie projektów ekonomiczno-społecznych, w zgodzie z ideą zrównoważonego rozwoju, potrafiąc godzić wymagania prawne, ekonomiczne, ekologiczne, polityczne i społeczne                                                                    | Student uczestniczy w pracach nad projektem , którego celem jest przygotowanie planu ekspansji zagranicznej przedsiębiorstwa.                                                                              | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SK5] realizacja zadania problemowego |
|  | [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 | Student potrafi pozyskać dane dotyczące rynków międzynarodowych i dokonać analizy atrakcyjności tych rynków. Odpowiednia interpretacja i prezentacja wskaźników będzie konsultowana z prowadzącym zajęcia. | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport                                          |
|  | [MSGMU2_K03] jest gotów do aktywnego uczestniczenia w grupach, organizacjach i instytucjach realizujących profesjonalne projekty dotyczące funkcjonowania podmiotów gospodarczych w warunkach globalizacji i rozwoju procesów integracyjnych                                            | Student uczestniczy w pracach nad projektem , którego celem jest przygotowanie planu ekspansji zagranicznej przedsiębiorstwa.                                                                              | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SK5] realizacja zadania problemowego |

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Treści przedmiotu | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wprowadzenie do marketingu międzynarodowego i strategii wejścia na rynek <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cele i program kursu</li> <li>• Literatura</li> <li>• Zasady oceny</li> <li>• Eksport bezpośredni</li> <li>• Inwestycje bezpośrednie</li> <li>• Sojusze strategiczne</li> </ul> </li> <li>2. Globalna segmentacja i pozycjonowanie <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupowanie konsumentów w obrębie krajów w jednorodne segmenty</li> <li>• Wykorzystanie segmentów strategicznie równoważnych</li> <li>• Wykorzystanie danych makro- i mikroekonomicznych</li> <li>• Konsekwencje dla pozycjonowania</li> <li>• Narzędzia do tworzenia grup</li> </ul> </li> <li>3. Badania marketingowe na rynkach międzynarodowych <ul style="list-style-type: none"> <li>• Podstawowe problemy w badaniach marketingowych na rynkach międzynarodowych</li> <li>• Źródła informacji</li> <li>• Adaptacja metod badawczych do specyfiki międzynarodowej</li> <li>• Ocena atrakcyjności rynków zagranicznych</li> </ul> </li> <li>4. Polityka cenowa <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ustalanie cen na rynkach międzynarodowych</li> <li>• Standaryzacja cen międzynarodowych</li> <li>• Ceny transferowe</li> </ul> </li> <li>5. Rozwój produktu na rynki globalne <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adaptacja vs standaryzacja</li> <li>• Testowanie koncepcji</li> </ul> </li> </ol> |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                |                         |
|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
|                                                                   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Wpływ współpracy z działem B+R (Badania i Rozwój)</li><li>• Wprowadzanie nowych produktów na rynki międzynarodowe</li></ul> <p>6. Strategie dystrybucji</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Dystrybucja ekskluzywna</li><li>• Dystrybucja selektywna</li><li>• Dystrybucja intensywna</li></ul> <p>7. Strategie promocji</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Strategia pull</li><li>• Strategia push</li></ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                |                         |
| Wymagania wstępne i dodatkowe                                     | Student musi posiadać podstawową wiedzę na temat marketingu.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                |                         |
| Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się       | Sposób oceniania (składowe)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Próg zaliczeniowy                                                                                                                                                                                                                                              | Składowa oceny końcowej |
|                                                                   | Projekt                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 51.0%                                                                                                                                                                                                                                                          | 30.0%                   |
|                                                                   | Test                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 51.0%                                                                                                                                                                                                                                                          | 70.0%                   |
| Zalecana lista lektur                                             | Podstawowa lista lektur                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Philip Kotler, <i>Marketing</i> , any edition dated after 1998.<br>Stanley L. Paliwoda, Michael J. Thomas, <i>International Marketing</i> , Butterworth Heinemann 1998.<br>P. Cateora, J. Graham, M. Gilly, <i>International Marketing</i> , McGraw-Hill 2021. |                         |
|                                                                   | Uzupełniająca lista lektur                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | J. Pietrzak, <i>Relationship between FDI and international trade evidence from Nigeria</i> , International Business and Global Economy, January 2019                                                                                                           |                         |
|                                                                   | Adresy eZasobów                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                |                         |
| Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                |                         |
| Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu                             | Nie dotyczy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                |                         |

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.