

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Market Simulation , PG_00187210						
Kierunek studiów	International Business (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 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		angielski		
Semestr studiów	5		Liczba punktów ECTS		3.0		
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		45.0	75
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		
	[IBL3_U05] potrafi identyfikować i oceniać wybrane rodzaje ryzyka związanego z działalnością przedsiębiorstw w środowisku biznesu międzynarodowego.		Student identifies and interprets the risks involved in running a business during a market simulation.		[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU5] realizacja zadania problemowego		
	[IBL3_U07] potrafi brać udział w debacie oraz przedstawiać, uzasadniać i oceniać różne punkty widzenia dotyczące zagadnień biznesu międzynarodowego.		The student is able to justify various aspects of running a simulated business.		[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport		
	[IBL3_K05] wykazuje gotowość do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych z poszanowaniem zasad etyki biznesu oraz obowiązujących standardów w środowisku pracy.		Representing the simulated company student is ready to think and act in the spirit of ethical entrepreneurship.		[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport		
	[IBL3_W05] zna i rozumie zasady zakładania, prowadzenia i rozwoju działalności gospodarczej, w tym w warunkach gospodarki międzynarodowej.		Student understands principles of functioning of the enetrprise in the market simulated during the course.		[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport		

Treści przedmiotu	1. Wprowadzenie do zarządzania strategicznego 2. Segmentacja rynku 3. Długoterminowa strategia rynkowa symulowanej firmy 4. Wprowadzenie do oprogramowania symulacyjnego 5. Techniki wprowadzania nowych produktów 6. Opracowanie strategii komunikacyjnych 7. Badania lojalności i satysfakcji		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Wiedza na temat marketing-mix i rozumienie badań marketingowych.		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Zaangażowanie osobiste	51.0%	10.0%
	Projekt, symulacja rynku	51.0%	90.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Marcin Skurczyński, Strategic market simulation - 4RMR - teaching materials and manual, IHZ, Sopot 2015 Marcin Skurczyński, Segmentation - teaching materials, 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.