

KARTA MODUŁU

I. OGÓLNE INFORMACJE O MODULE

COLLEGIUM WITELONA UCZELNIA PAŃSTWOWA WYDZIAŁ NAUK TECHNICZNYCH I EKONOMICZNYCH

Kierunek studiów:	FINANSE I ZARZĄDZANIE W PRZEDSIĘBIORSTWIE						
Poziom studiów:	studia drugiego stopnia						
Profil studiów:	praktyczny						
Forma studiów:	stacjonarne/niestacjonarne						
Nazwa modułu:	Marketing międzynarodowy						
Rodzaj modułu:	MODUŁ KSZTAŁCENIA KIERUNKOWEGO						
Język wykładowy:	Język polski*						
Rok studiów:	2	Formy prowadzenia zajęć wraz z liczbą godzin dydaktycznych:					
Semestr:	3	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Warsztat	Projekt	Seminarium
Liczba punktów ECTS ogółem:	1	15/10	-	-	-	-	-
Forma zaliczenia:	Zoc						
Wymagania wstępne:	Podstawowa wiedza z zakresu marketingu						

II. CELE KSZTAŁCENIA

Cele kształcenia:

Cel 1: Dostarczenie wiedzy na temat istoty i pojęcia marketingu międzynarodowego oraz jego znaczenia we współczesnej gospodarce.

Cel 2: Przedstawienie roli czynników otoczenia międzynarodowego w prowadzeniu działalności gospodarczej na rynkach zagranicznych oraz podstawowych strategii wejścia i obecności na rynkach międzynarodowych .

III. EFEKTY UCZENIA SIĘ WRAZ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH

Efekt uczenia się	Student, który zaliczył moduł w zakresie:	Odniesienie do efektów kierunkowych
wiedzy:		
W01	posiada wiedzę o współczesnych koncepcjach i strategiach zarządzania marketingowego w przedsiębiorstwie na rynku międzynarodowym	K2FZ_W02
umiejętności:		
U01	potrafi opisać i dokonać analizy działalności marketingowej przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym	K2FZ_U07
kompetencji społecznych:		
-	-	-

IV. TREŚCI PROGRAMOWE

Treści programowe (tematyka zajęć, zaprezentowana z podziałem na poszczególne formy zajęć z określeniem liczby godzin potrzebnych na ich realizację)

Wykłady

Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin S/N
W1	Pojęcie, zakres, zasady i geneza marketingu międzynarodowego	2/1
W2	Charakterystyka i analiza i otoczenia międzynarodowego. Wpływ otoczenia na przygotowanie strategii marketingowej	2/2
W3	Strategie wejścia przedsiębiorstw na rynki zagraniczne	4/2
W4	Zachowania nabywców na rynkach międzynarodowych	2/2
W5	Kompozycja marketingu-mix na rynkach międzynarodowych: produkt, cena, dystrybucja, promocja - specyfika i charakterystyka	3/2

W6	Kolokwium zaliczeniowe	2/1
V. METODY KSZTAŁCENIA, NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE		
1. Metody kształcenia: Prezentacje multimedialne, wykłady dyskusyjne 2. Narzędzia (środki) dydaktyczne: prezentacje multimedialne, teksty źródłowe, dokumenty, internet, rzutnik multimedialny, tablica multimedialna (do wykładu multimedialnego – nawet, jeśli nie wskazano w sylabusie)		
VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA MODUŁU		
1. Formy zaliczenia: • zaliczenie z oceną 2. Sposób weryfikacji i oceniania efektów uczenia się: • obserwacja realizacji zadań podczas zajęć, obserwacja aktywności podczas zajęć 3. Podstawowe kryteria oceny lub wymagania zaliczeniowe określone są indywidualnie, jednak powinny zachować adekwatność wobec zaplanowanych efektów uczenia się		
VII. BILANS PUNKTÓW ECTS - NAKŁAD PRACY STUDENTA		
Kategoria		Obciążenie studenta
Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela (godziny kontaktowe)		15/10
Udział w wykładach		15/10
Udział w innych formach zajęć (**)		-
Inne (jakie?)		-
Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)		10/15
Przygotowanie do wykładu		3/6
Przygotowanie do innych form zajęć (**)		
Przygotowanie do egzaminu		
Przygotowanie do zaliczenia innych zajęć (**)		7/9
Inne (np. gromadzenie materiałów do projektu, kwerenda internetowa, opracowanie prezentacji multimedialnej itp.)		
Łączna liczba godzin		25
Punkty ECTS za moduł		1
VIII. ZALECANA LITERATURA		
Literatura podstawowa: 1. K. Fonfara (red. nauk), Marketing międzynarodowy : współczesne trendy i praktyka , Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2014. 2. E. Duliniec, Marketing międzynarodowy - Wyd. 2 zm. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2009. 3. A. Grzesiuk, Marketing międzynarodowy, "CeDeWu", Warszawa 2007.		
Literatura uzupełniająca: 1. A. Smalec, Marketing międzynarodowy : wybrane zagadnienia, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2012.		

Na kierunkach studiów, na których obowiązują standardy kształcenia oraz odrębne przepisy określone przez właściwego ministra, karty modułów powinny także uwzględniać powyższe uregulowania

*należy odpowiednio wypełnić

** należy wpisać formę/formy przypisane do modułu określone w programie studiów (ćwiczenia, seminarium, konwersatorium, lektorat, laboratorium, warsztat, projekt, zajęcia praktyczne, zajęcia terenowe, zajęcia wychowania fizycznego, praktyka zawodowa, inne)