

Karta Modułu Kształcenia

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Witelona w Legnicy Wydział Nauk Technicznych i Ekonomicznych					
Kierunek studiów:			Finanse i Zarządzanie w Przedsiębiorstwie		
Poziom kształcenia:			Studia drugiego stopnia		
Profil kształcenia:			Praktyczny		
Forma studiów:			Stacjonarne, niestacjonarne		
Nazwa modułu kształcenia:			Marketing międzynarodowy		
Rodzaj modułu kształcenia:			Obowiązkowy		
Sposób realizacji modułu:			Zajęcia kontaktowe		
Rok studiów	Semestr	ECTS	Formy zajęć i liczba godzin w planie studiów	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
2	3	1	Wykład	15	10

Cele kształcenia:

Cell1: Dostarczenie wiedzy na temat istoty i pojęcia marketingu międzynarodowego oraz jego znaczenia we współczesnej gospodarce.

Cell2: Przedstawienie roli czynników otoczenia międzynarodowego w prowadzeniu działalności gospodarczej na rynkach zagranicznych oraz podstawowych strategii wejścia i obecności na rynkach międzynarodowych

Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych:

podstawowa wiedza z zakresu marketingu

Efekty kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych:

Kod efektu	Zakres efektu	Opis efektu
EK1	Wiedza	Student posiada wiedzę o współczesnych koncepcjach i strategiach zarządzania marketingowego w przedsiębiorstwie na rynku międzynarodowym
EK2	Umiejętności	Student potrafi opisać i dokonać analizy działalności marketingowej przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym

Treści programowe

Forma zajęć: wykład		Liczba godzin	
Kod	Tematyka zajęć	studia stacjonarne	studia niestacjonarne
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

Metody kształcenia (narzędzia dydaktyczne):

MK1: Prezentacje multimedialne

MK2: Wykłady dyskusyjne

Zasady oceniania zajęć:

Ogólne zasady zaliczania zajęć:

Zaliczenie zajęć odbywa się w formie pisemnej. Praca pisemna powinna być udostępniona studentowi na jego życzenie, a prowadzący musi ją przechowywać przez okres jednego roku lub do zaliczenia kierunkowego efektu kształcenia.

Warunki otrzymania oceny pozytywnej:

Student powinien

- przynajmniej dostatecznie poznać i zrozumieć podstawową wiedzę zawartą w literaturze podstawowej i przekazanej na zajęciach przez prowadzącego
- przynajmniej dostatecznie opanować wszelkie umiejętności przewidziane programem przedmiotu,
- wykazać przynajmniej dostateczną umiejętność obserwowania i analizowania otaczających zjawisk, zwłaszcza tych, z którymi jako absolwent będzie miał styczność w praktycznej działalności.

Kryteria oceniania:

Prowadzący ustala kryteria oceniania i przedstawia studentom na pierwszych zajęciach. Zasady zaliczenia są zgodne z Regulaminem Studiów; wymóg dotyczący stopnia opanowania programu: 50-59% - ocena dostateczna, 60-69% - ocena dostateczna plus, 70-79% - ocena dobra, 80-89% - ocena dobra plus, powyżej 90% - ocena bardzo dobra.

Sposób weryfikacji efektów kształcenia:

Ocena formująca:

OF1: obserwacja aktywności podczas zajęć

Ocena podsumowująca:

OP1: kolokwium

Całkowity nakład pracy studenta:

Nakład pracy studenta	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
Łączna liczba godzin pracy studenta:	30	
Liczba godzin kontaktowych (realizowana podczas zajęć):	15	10
Liczba godzin poświęconych na samokształcenie oraz przygotowanie do zajęć:	10	13
Liczba godzin poświęconych na przygotowanie do zaliczenia modułu:	5	7
Łączna liczba punktów ECTS:	1	
Liczba punktów ECTS przypadająca na zajęcia kontaktowe (1):	1	1
Liczba punktów ECTS przypadająca na zajęcia praktyczne (2):	0	0
Procent programu modułu realizowany podczas zajęć z nauczycielem (3):	55%	nie dotyczy

(1) Należy podać całkowitą liczbę punktów ECTS.

(2) Liczba jest wyznaczona na podstawie liczby godzin przypadającej na zajęcia praktyczne (ćwiczenia, warsztaty, projekty itp.) oraz na samokształcenie związane z zajęciami praktycznymi.

(3) Dotyczy tylko studiów stacjonarnych; minimalna wartość jest równa udziałowi liczby godzin kontaktowych w łącznej liczbie godzin pracy studenta.

Tabela odniesień dla modułu kształcenia:

Efekt kształcenia	Odniesienie do efektu kierunkowego	Cele kształcenia	Treści programowe	Metody kształcenia	Sposób weryfikacji efektów kształcenia
EK1	K2FZ_W01 K2FZ_W02 K2FZ_W06	Cel1,Cel2	w1-w6	MK1,MK2	OF1,OP1
EK2	K2FZ_U01 K2FZ_U02 K2FZ_U03 K2FZ_U08	Cel1,Cel2	w1-w6	MK1,MK2	OF1, OP1

Literatura podstawowa:

K. Fonfara (red. nauk), Marketing międzynarodowy : współczesne trendy i praktyka , Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2014.

E. Duliniec, Marketing międzynarodowy - Wyd. 2 zm. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2009.

A. Grzesiuk, Marketing międzynarodowy, "CeDeWu", Warszawa 2007.

Literatura uzupełniająca:

A. Smalec, Marketing międzynarodowy : wybrane zagadnienia, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2012.

Nazwiska osób prowadzących moduł: dr Jolanta Radkowska

Autor programu: dr Jolanta Radkowska