

dr Anna Scheibe

adiunkt w Katedrze Nauk Ekonomicznych

PROJEKT

OPISU MODUŁU KSZTAŁCENIA (SYLABUS)

dla przedmiotu Marketing globalny na kierunku *Zarządzanie*

I. Informacje ogólne

1. Nazwa modułu kształcenia:
Marketing globalny
2. Kod modułu kształcenia:¹
MG (10-MG-z2-s; 10-MG-z2-n)
3. Rodzaj modułu kształcenia (obowiązkowy albo fakultatywny):
Obowiązkowy
4. Kierunek studiów:
Zarządzanie
5. Poziom studiów (I lub II stopień albo jednolite studia magisterskie):
Studia uzupełniające magisterskie (2 letnie)
6. Rok studiów:
Drugi rok studiów
7. Semestr (zimowy lub letni):
Semestr zimowy
8. Rodzaje zajęć i liczba godzin:
Studia stacjonarne: 45 godzin wykładu.
Studia niestacjonarne: 24 godzin wykładu
9. Liczba punktów ECTS:
6 ECTS
10. Imię i nazwisko, tytuł lub stopień naukowy, adres e-mail wykładowcy lub osoby prowadzącej zajęcia:
a) Dr Anna Scheibe (scheibe@amu.edu.pl)
11. Język wykładowy:
Język polski

II. Informacje szczegółowe

¹ Kod modułu (przedmiotu) z systemu USOS.

1. Cel modułu kształcenia:

Dogłębne przyswojenie przez studenta wiedzy z zakresu marketingu globalnego.

2. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych (jeśli obowiązują):

Wymagania wstępne w zakresie wiedzy są następujące:

a) Podstawowa wiedza w zakresie marketingu

b) Znajomość międzynarodowych stosunków gospodarczych

c) Podstawowa wiedza z zakresu zarządzania

Brak szczególnych wymagań w zakresie umiejętności i kompetencji społecznych.

3. Efekty kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych dla modułu kształcenia i odniesienie do efektów kształcenia dla kierunku studiów:^{2 3}

Symbol efektów kształcenia ⁴	Po zakończeniu modułu (przedmiotu) i potwierdzeniu osiągnięcia efektów kształcenia student potrafi:	Odniesienie do efektów kształcenia dla kierunku studiów ⁵
MG_01	Posługiwać się pojęciami związanymi z marketingiem globalnym	K_W01, K_W03, K_W04, K_W09, K_U01, K_U05-06, K_K01, K_K03-07
MG_02	Przeanalizować prawne, ekonomiczne, ekologiczne, demograficzne i kulturowe różnice między krajami	K_W01, K_W02, K_W03, K_W04, K_W06, K_W07, K_U02-03, K_U05-06, K_K03-07
MG_03	Wybrać najkorzystniejszy dla firmy sposób wejścia na rynek zagraniczny	K_W02, K_W03, K_W04, K_W07, K_W09, K_U02-03, K_U05-06, K_K03-07
MG_04	Omówić wybrany problem związany z marketingiem globalnym	K_W02, K_W03, K_W05, K_W07, K_W08, K_U02-03, K_U04, K_U05-06, K_U07, K_K03-07
MG_05	Dobrać strategię marketingową najodpowiedniejszą do warunków w danym kraju	K_W02, K_W03, K_W04, K_W07, K_U02-03, K_U05-06, K_K03-07
MG_06	Rozumieć korzyści płynące z umiędzynarodawiania działalności	K_W02, K_W03, K_W04, K_W07, K_U02-03, K_U05-06, K_K03-07
MG_07	Ocenić wady i zalety decyzji związanych ze standaryzacją lub adaptacją do warunków lokalnych	K_W02, K_W03, K_W07, K_W09, K_U02-03, K_U05-06, K_K03-07

4. Treści kształcenia:⁶

² Zasadniczo należy nawiązać do kierunkowych efektów kształcenia z zakresu wiedzy i umiejętności społecznych. Jednak nie należy dzielić efektów kształcenia danego modułu na kategorie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Każdy moduł (przedmiot) nie musi obejmować wszystkich trzech kategorii efektów kształcenia, ani też każdego efektu. Jeśli efektem kształcenia jest np. analiza wymagająca określonej wiedzy, to nie trzeba oddzielnie definiować efektów kształcenia w kategorii wiedzy.

³ Zaleca się, aby, w zależności od modułu, liczba efektów kształcenia zawierała się w przedziale: 5-10.

⁴ Kod modułu kształcenia, np. PK_01 (PK-kod modułu „Marketing globalny” w USOS).

⁵ Efekty kształcenia dla kierunku studiów *Prawo* (np. K_W01, K_U01,...), gdzie: W – wiedza; U – umiejętności; K – kompetencje społeczne (wyszczególnione tylko w symbolach kierunkowych efektów kształcenia); 01, 02... – numer efektu kształcenia.

⁶ Zaleca się, aby, w zależności od modułu, liczba treści kształcenia zawierała się w przedziale: 5-10.

Nazwa modułu kształcenia: Marketing globalny (MG)		
Symbol treści kształcenia ⁷	Opis treści kształcenia	Odniesienie do efektów kształcenia modułu ⁸
TK_01	1. Koncepcja globalizacji	MG_01, MG_04, MG_05, MG_07
TK_02	2. Podstawowe decyzje związane z umiędzynarodowieniem działalności	MG_01, MG_02, MG_04, MG_07
TK_03	3. Pojęcie marketingu międzynarodowego	MG_01, MG_02, MG_04
TK_04	4. Alterglobalizm a marketing globalno-lokalny	MG_01, MG_02, MG_04, MG_05, MG_07
TK_05	5. Euromarketing	MG_01, MG_02, MG_04, MG_05, MG_07
TK_06	6. Elementy globalnego otoczenia przedsiębiorstwa	MG_02, MG_04
TK_07	7. Sposób analizy otoczenia międzynarodowego firmy	MG_02, MG_04
TK_08	8. Różnice kulturowe a kreowanie skutecznych planów marketingowych	MG_02, MG_04
TK_09	9. Sposoby wejścia na rynki zagraniczne	MG_01, MG_03, MG_04, MG_06
TK_10	10. Segmentacja i pozycjonowanie na rynkach międzynarodowych	MG_04, MG_05, MG_07
TK_11	11. Międzynarodowe strategie marketingowe	MG_04, MG_05, MG_07
TK_12	12. Zarządzanie produktem, ceną, dystrybucja, promocją na rynkach międzynarodowych	MG_04, MG_05, MG_07
TK_13	13. Problemy zarządzania marką globalną	MG_04, MG_05, MG_07
TK_14	14. Marketing w strukturach organizacyjnych przedsiębiorstw transnarodowych	MG_04, MG_07

5. Zalecana literatura:

Dowolne dostępne na rynku wydawniczym aktualne podręczniki do Marketingu globalnego. Szczegółowe informacje w tym zakresie zostaną przedstawione przez osoby prowadzące zajęcia na początku roku akademickiego (semestru).

6. Informacja o przewidywanej możliwości wykorzystania b-learningu:

Brak

7. Informacja o tym, gdzie można zapoznać się z materiałami do zajęć, instrukcjami do laboratorium, itp.:

Ewentualne informacje o charakterze i dostępności materiałów potrzebnych do zajęć przekazują prowadzący zajęcia na początku roku akademickiego.

III. Informacje dodatkowe

1. Odniesienie efektów kształcenia i treści kształcenia do sposobów prowadzenia zajęć i metod oceniania:

⁷ np. TK_01, TK_02.

⁸ np. PK_01 – kod modułu kształcenia wg tabeli w pkt. II.3 (kolumna pierwsza).

Nazwa modułu (przedmiotu): Marketing globalny (MG)			
Symbol efektu kształcenia dla modułu ⁹	Symbol treści kształcenia realizowanych w trakcie zajęć ¹⁰	Sposoby prowadzenia zajęć umożliwiające osiągnięcie założonych efektów kształcenia	Metody oceniania stopnia osiągnięcia założonego efektu kształcenia ^{11 12}
MG_01	TK_05-09	Multimedialny wykład oraz prezentacja na zadany temat (studia stacjonarne)	Egzamin pisemny oraz prezentacja (studia stacjonarne)
MG_02	TK_02-08	J.w.	J.w.
MG_03	TK_09	J.w.	J.w.
MG_04	TK_01-14	J.w.	J.w.
MG_05	TK_1, TK_04-05, TK_10-13	J.w.	J.w.
MG_06	TK_09	J.w.	J.w.
MG_07	TK_01-02, TK_04-05, TK_07-14	J.w.	J.w.

Przykładowe podstawowe pytania egzaminacyjne są identyczne jak ww. opisy poszczególnych treści kształcenia.

2. Obciążenie pracą studenta (punkty ECTS):

Nazwa modułu (przedmiotu): Marketing globalny (MG)	
Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności ¹³
Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem	Studia stacjonarne: 45 godzin wykładu Studia niestacjonarne: 24 godzin wykładu
Praca własna studenta (łącznie wszystkie formy) ^{14 15}	
Suma godzin	
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla modułu (przedmiotu)	6

3. Sumaryczne wskaźniki ilościowe:

Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich: **6 punktów ECTS**

Student otrzymuje wszystkie ww. punkty ECTS za zaliczenie całego modułu *Marketing globalny*, tzn. za ostateczne zaliczenie z oceną pozytywną egzaminu z tego przedmiotu.

4. Kryteria oceniania:

Stosuje się następujące kryteria oceniania studenta:

⁹ np. PK_01 – kod modułu kształcenia wg tabeli w pkt. II.3.

¹⁰ np. TK_01 – symbol treści kształcenia wg tabeli w pkt. II.4.

¹¹ Proszę uwzględnić zarówno oceny formujące (F) jak i podsumowujące (P).

¹² Zaleca się podanie przykładowych zadań (pytań) służących ocenie osiągnięcia opisanych efektów kształcenia.

¹³ Godziny lekcyjne, gdzie 1 godzina lekcyjna oznacza 45 min.

¹⁴ Praca własna studenta – przykładowe formy aktywności: (1) przygotowanie do zajęć, (2) opracowanie wyników, (3) czytanie wskazanej literatury, (4) napisanie raportu z zajęć, (5) przygotowanie do egzaminu.

¹⁵ Przy przeliczeniu 30 godzin pracy studenta na 1 punkt ECTS. Wtedy pracę własną studenta należy obliczyć poprzez iloczyn 30 i liczby punktów ECTS dla danego modułu, pomniejszony o łączną liczbę godzin poświęconych na zajęcia w planie.

- a) Obecność na zajęciach
- b) Prezentacja przygotowana i przeprowadzona przez studenta na zadany temat
- c) Wynik egzaminu końcowego

Anna Scheibe