

Doctor Anna Scheibe

adiunct in the Department of Economic Sciences

PROJECT

Syllabus for course 'Global Marketing '

on the study program: Management

I. General information

1. Name of education module:

Global marketing

2. Education module code:¹

MG (10-MG-z2-s; 10-MG-z2-n)

3. Type of module:

Obligatory

4. Program of studies:

Management

5. Level of studies:

Second

6. Year of studies:

First

7. Semester :

Winter

8. Number of classes and hours:

Residential studies: 45 hours of lecture.

Extramural studies: 24 hours of lecture

9. ECTS points:

6 ECTS

10. First and second name, degree, e-mail of the teacher:

a) Dr Anna Scheibe (scheibe@amu.edu.pl)

11. Language of course:

Polish

12. Detailed information

¹ Kod modułu (przedmiotu) z systemu USOS.

1. Aim of the education module :

Acquiring the profound knowledge on global marketing

2. Preliminary requirements in knowledge, skills and social competences:

a) Basic knowledge on marketing

b) Knowledge of international economic relations

c) Principles of management

Lack of special skills and social competences

3. Education effects In knowledge, skills and social competencies for the education module and a reference to education effects for the study program.^{2 3}

Symbol of education effects ⁴	Having finished the module (course) and having passed the exam the student can:	Reference to education effects for the study program ⁵
MG_01	Use the term In global marketing	K_W01, K_W03, K_W04, K_W09, K_U01, K_U05-06, K_K01, K_K03-07
MG_02	Analyze legal, economic, demographic, ecologic, and cultural differences between countries	K_W01, K_W02, K_W03, K_W04, K_W06, K_W07, K_U02-03, K_U05-06, K_K03-07
MG_03	Chose the best way to enter foreign market	K_W02, K_W03, K_W04, K_W07, K_W09, K_U02-03, K_U05-06, K_K03-07
MG_04	Describe and solve a problem in global marketing	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	Chose a marketing strategy adequate to foreign market conditions	K_W02, K_W03, K_W04, K_W07, K_U02-03, K_U05-06, K_K03-07
MG_06	Understand advantages from internationalization	K_W02, K_W03, K_W04, K_W07, K_U02-03, K_U05-06, K_K03-07
MG_07	Understand pros and cons of adaptation and standardization	K_W02, K_W03, K_W07, K_W09, K_U02-03, K_U05-06, K_K03-07

4. Education content: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 „Prawo karne” 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.

Name of educational module: Global marketing (MG)		
Symbol of education content ⁷	Symbol of education content ⁸	Symbol of education content ⁹
TK_01	1. Globalization concept	MG_01, MG_04, MG_05, MG_07
TK_02	2. basic decisions related with the internationalization	MG_01, MG_02, MG_04, MG_07
TK_03	3.international marketing definition	MG_01, MG_02, MG_04
TK_04	4. Alterglobalizm and glocal marketing	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. the elements of global environment of the company	MG_02, MG_04
TK_07	7. ways of international environment analysis	MG_02, MG_04
TK_08	8. cultural differences and effective marketing plans creations	MG_02, MG_04
TK_09	9. ways of foreign market entry	MG_01, MG_03, MG_04, MG_06
TK_10	10. segmentation and positioning on the global market	MG_04, MG_05, MG_07
TK_11	11. international marketing strategies	MG_04, MG_05, MG_07
TK_12	12. managing product, price, place and promotion on global market	MG_04, MG_05, MG_07
TK_13	13. problems in managing global brand	MG_04, MG_05, MG_07
TK_14	14. Marketing in an organizational structure of transnational companies	MG_04, MG_07

5. Literature:

And the additional literature presented by a teacher at the beginning of semester

6. Information on the b-learning usage:

None

7. Information on the place of additional instructions, materials for the course etc .:

The information on the accessibility will be presented by a professor et the beginning of the academic year

II. Additional information

1. Reference of the educational effects and contents to the way of giving the course and evaluation methods:

Module name (course) : Global marketing (MG)			
Symbol of education effect for a module ¹⁰	Symbol of education effect for a module ¹¹	Symbol of education effect for a module ¹²	Symbol of education effect for a module ¹³

⁷ np. TK_01, TK_02.

⁸ np. TK_01, TK_02.

⁹ np. TK_01, TK_02.

¹⁰ np. PK_01 – kod modułu kształcenia wg tabeli w pkt. II.3.

MG_01	TK_05-09	Multimedia lecture and the presentation prepared by students (residential studies)	Written examination and presentation prepared by student (residential studies)
MG_02	TK_02-08	a.m.	a.m.
MG_03	TK_09	a.m.	a.m.
MG_04	TK_01-14	a.m.	a.m.
MG_05	TK_1, TK_04-05, TK_10-13	a.m.	a.m.
MG_06	TK_09	a.m.	a.m.
MG_07	TK_01-02, TK_04-05, TK_07-14	a.m.	a.m.

Examination questions a identical to the above mentioned description of educational content

2. ECTS points:

Nazwa modułu (przedmiotu): Marketing globalny (MG)	
Form of activity	Medium number of hours on activity ¹⁴
Hours of courses with a teacher	Residential studies : 45 hours of lecture Extramural studies: 24 hours of lecture
The own work of student (all form together) ^{15 16}	
The sum of hours	
Total number of ECTS points for module	6

3. Total quantity indicators:

Total ECTS, receive after classes with teacher and students homework :

6 ECTS points

Student receives ECTS for the whole module Global Marketing, which means for passing the final exam.

4. Evaluation criteria:

- a) **attendance**
- b) **presentation prepared and presented by student**
- c) **results of the exam**

Anna Scheibe

¹¹ np. PK_01 – kod modułu kształcenia wg tabeli w pkt. II.3.

¹² np. PK_01 – kod modułu kształcenia wg tabeli w pkt. II.3.

¹³ np. PK_01 – kod modułu kształcenia wg tabeli w pkt. II.3.

¹⁴ Godziny lekcyjne, gdzie 1 godzina lekcyjna oznacza 45 min.

¹⁵ 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.

¹⁶ 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.

