**Nazwa przedmiotu:**

Marketing międzynarodowy

**Koordynator przedmiotu:**

dr Małgorzata Stawicka

**Status przedmiotu:**

Fakultatywny ograniczonego wyboru

**Poziom kształcenia:**

Studia II stopnia

**Program:**

Administracja

**Grupa przedmiotów:**

Obieralne

**Kod przedmiotu:**

A2\_MM

**Semestr nominalny:**

2 / rok ak. 2021/2022

**Liczba punktów ECTS:**

3

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

90 godz., w tym: udział w zajęciach 15, praca własna: przygotowanie do zajęć 25 godzin, czytanie wskazanej literatury 40 godzin, przygotowanie prezentacji 10 godzin

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

3 pkt ECTS

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

0

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 0h |
| Ćwiczenia:  | 15h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 0h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

brak

**Limit liczby studentów:**

grupa obieralna

**Cel przedmiotu:**

Przygotowanie studentów do praktycznego zastosowania marketingu na rynkach zagranicznych. Zaprezentowanie teorii internacjonalizacji przedsiębiorstw, teorii otoczenia międzynarodowego, zapoznanie studentów ze specyfikę strategii w dziedzinie produktu, ceny, dystrybucji i promocji, zapoznanie z podstawami teorii badań marketingowych rynków zagranicznych.
Przedmiot prowadzony jest w podziale na tematy.
Wprowadzenie do ćwiczeń obejmuje teoretyczne ujęcie wybranych pojęć, zagadnień i problemów.
Ćwiczenia pozwalają na kształtowanie umiejętności praktycznych i pogłębienie wiedzy w obszarze najważniejszych zagadnień, umożliwiają sprawdzenie poziomu przygotowania studentów w zakresie prezentowanych tematów, rozwijają aktywność studentów przez udział w rozwiązywaniu problemów i pracę w grupie.

**Treści kształcenia:**

1. Podstawowe pojęcia z zakresu marketingu międzynarodowego.
2. Międzynarodowe otoczenie przedsiębiorstwa jako zespół uwarunkowań marketingu na rynkach zagranicznych.
3. Strategie i sposoby wejścia przedsiębiorstw na rynki zagraniczne.
4. Badania marketingowe rynków zagranicznych.
5. Strategie marketingu mix na rynkach zagranicznych.
6. Problemy organizacji marketingu międzynarodowego w przedsiębiorstwach.

**Metody oceny:**

Kryteria oceny - ocena składa się z następujących części:
- praca pisemna - 50%
- prezentacja multimedialna - 40%
- aktywność na zajęciach - 10%

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Literatura podstawowa:
Internacjonalizacja przedsiębiorstw w perspektywie przedsiębiorczości międzynarodowej, red. K Wach, PWN 2019;
Marketing Międzynarodowy, Współczesne trendy i praktyka. red. K. Fonfara, PWN, 2014;
Literatura uzupełniająca:
M.K. Witek-Hajduk, Internet a zagraniczna ekspansja przedsiębiorstwa, OW SGH, Warszawa 2019;
Zarządzanie przedsiębiorstwem międzynarodowym. Integracja różnorodności, red. W.Wiktor, C.H.Beck, 2017;
M. Duczkowska-Piasecka, M. Stawicka ,, Strategic changes in interprises in the process of the internationalisation, Globalization, the State and the Individual, International Scientific Journal, Free Universit of Varna Free Universit of Varna 3(7)2015

**Witryna www przedmiotu:**

**Uwagi:**

brak

## Charakterystyki przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Charakterystyka W\_01:**

Student rozumie koncepcję marketingu miedzynarodowego

Weryfikacja:

praca pisemna, prezentacja multimedialna, dyskusja

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_W01, K\_W05, K\_W07

**Powiązane charakterystyki obszarowe:** II.H.P7S\_WG.1.o, I.P7S\_WG, I.P7S\_WK, II.S.P7S\_WG.3, II.S.P7S\_WG.1, II.S.P7S\_WG.2

**Charakterystyka W\_02:**

Student rozumie rolę uwarunkowań działań marketingowych w otoczeniu międzynarodowym i globalnym

Weryfikacja:

praca pisemna, dyskusja na zajęciach

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_W03, K\_W05

**Powiązane charakterystyki obszarowe:** I.P7S\_WK, II.X.P7S\_WG.1.o, II.S.P7S\_WG.1, II.S.P7S\_WG.2, II.H.P7S\_WG.1.o, II.H.P7S\_WG.2, I.P7S\_WG, II.S.P7S\_WG.3

**Charakterystyka W\_03:**

Student rozumie pojęcie internacjonalizacji przedsiębiorstw

Weryfikacja:

praca pisemna, prezentacja, dyskusja na zajęciach

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_W05, K\_W07

**Powiązane charakterystyki obszarowe:** I.P7S\_WG, I.P7S\_WK, II.S.P7S\_WG.3, II.S.P7S\_WG.1

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Charakterystyka U\_01:**

Student potrafi zidentyfikować problemy marketingu międzynarodowego

Weryfikacja:

praca pisemna, prezentacja multimedialna, dyskusja

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_U04, K\_U10, K\_U12

**Powiązane charakterystyki obszarowe:** I.P7S\_UW, II.X.P7S\_UW.2, II.S.P7S\_UW.1, II.S.P7S\_UW.2.o, II.S.P7S\_UW.3.o, II.H.P7S\_UW.1, II.H.P7S\_UW.2.o, I.P7S\_UO, II.T.P7S\_UW.2

**Charakterystyka U\_02:**

Student potrafi ocenić strategie marketingowe przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych

Weryfikacja:

praca pisemna, prezentacja multimedialna, dyskusja

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_U04, K\_U01

**Powiązane charakterystyki obszarowe:** II.S.P7S\_UW.3.o, II.H.P7S\_UW.1, II.H.P7S\_UW.2.o, I.P7S\_UW, II.S.P7S\_UW.1, II.S.P7S\_UW.2.o, II.X.P7S\_UW.2

**Charakterystyka U\_03:**

Student umie analizować programy marketingowe przedsiębiorstw działających na rynkach zagranicznych

Weryfikacja:

praca pisemna, prezentacja multimedialna, dyskusja

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_U04, K\_U06

**Powiązane charakterystyki obszarowe:** I.P7S\_UW, II.X.P7S\_UW.2, II.S.P7S\_UW.1, II.S.P7S\_UW.2.o, II.S.P7S\_UW.3.o, II.H.P7S\_UW.1, II.H.P7S\_UW.2.o, I.P7S\_UK, II.X.P7S\_UW.3.o

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Charakterystyka K\_01:**

Student umie współpracować w grupie

Weryfikacja:

prezentacja multimedialna

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_K03

**Powiązane charakterystyki obszarowe:** I.P7S\_KO

**Charakterystyka K\_02:**

Student rozumie na czym polegają etyczne zachowania w marketingu międzynarodowym

Weryfikacja:

prezentacja multimedialna, dyskusja

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_K02

**Powiązane charakterystyki obszarowe:** I.P7S\_KR