

ANALYSIS OF THE INTERNATIONAL MARKET - course description

General information	
Course name	ANALYSIS OF THE INTERNATIONAL MARKET
Course ID	04.9-WZ-ZSPD-ARMI
Faculty	Faculty of Economics and Management
Field of study	Zarządzanie sprzedażą
Education profile	academic
Level of studies	Postgraduate studies
Beginning semester	winter term 2020/2021

Course information	
Semester	2
ECTS credits to win	2
Course type	obligatory
Teaching language	polish
Author of syllabus	dr inż. Mariola Michałowska

Classes forms					
The class form	Hours per semester (full-time)	Hours per week (full-time)	Hours per semester (part-time)	Hours per week (part-time)	Form of assignment
Lecture and class	-	-	8 (including as e-learning)	0,53 (including as e-learning)	Credit with grade

Aim of the course

W wyniku realizacji przedmiotu słuchacze naberą pogłębioną wiedzę z analizy rynku międzynarodowego. Słuchacze zaznajamiają się z procesem badań rynków zagranicznych, specyfiką analizy rynków zagranicznych, przesłankami i metodami wyboru rynków zagranicznych. Dodatkowym celem jest przygotowanie słuchaczy do zaplanowania i przeprowadzenia badań rynków zagranicznych przy użyciu metod i technik badawczych. Ponadto kształtowanie umiejętności pracy w grupie społecznej.

Prerequisites

-

Scope

Wykład: Istota i procedura międzynarodowego postępowania badawczego. Wybór rynków zagranicznych, ze szczególnym uwzględnieniem sposobów postępowania w sferze ich wyboru, segmentacji rynku światowego oraz procedury wyboru rynków docelowych.

Ćwiczenia: Badania rynków zagranicznych. Źródła informacji o zagranicznych rynkach. Internetowe źródła informacji w pozyskiwaniu informacji wtórnych. Pierwotne źródła informacji o rynku zagranicznym. Wybór rynków zagranicznych i segmentacja nabywców.

Teaching methods

Wykład: pokaz, wykład konwencjonalny, dyskusja.

Ćwiczenia: dyskusje grupowe, burza mózgów, prace indywidualne i grupowe, studium przypadków, praca z literaturą przedmiotu.

Learning outcomes and methods of theirs verification

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
Słuchacz ma pogłębioną wiedzę dotyczącą prowadzenia analiz na poziomie międzynarodowym oraz rozumie potrzebę ich prowadzenia. Zna i rozumie zjawiska oraz procesy zachodzące na rynku zagranicznym. Zna narzędzia i metody z zakresu analizy rynku zagranicznego oraz przebieg procesu badawczego. Definiuje źródła informacji wykorzystywanych w analizie rynku zagranicznego.	ZS_W02	- a discussion - a pass - oral, descriptive, test and other	Lecture and class
Słuchacz potrafi analizować i interpretować zjawiska gospodarcze na rynkach zagranicznych, dostrzegając związki między procesami gospodarczymi i sytuacją społeczno-ekonomiczną oraz posiada umiejętność prowadzenia analiz na poziomie międzynarodowym. Przeprowadza segmentację nabywców i ocenia prawidłowość jej przeprowadzenia.	ZS_U01	- a discussion - a pass - oral, descriptive, test and other - zadania praktyczne	Lecture and class
Słuchacz potrafi samodzielnie pogłębiać nabytą wiedzę i umiejętności w obszarze analizy rynku międzynarodowego. Posiada pogłębioną umiejętność obserwacji i interpretacji zjawisk zachodzących na rynku zagranicznym. Rozumie potrzebę ciągłego uczenia się.	ZS_U03 ZS_U06	- a discussion - a pass - oral, descriptive, test and other - zadania do samodzielnego i grupowego rozwiązywania	Lecture and class

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
Słuchacz potrafi współdziałać i pracować w grupie przyjmując różne role. Jest chętny do prezentowania własnych opinii i poglądów dotyczących rynku zagranicznego, potrafi właściwie je uargumentować oraz jest chętny do ich uzupełniania.	• ZS_K02	• a discussion • a pass - oral, descriptive, test and other • zadania do samodzielnego i grupowego rozwiązania studia przypadków	• Lecture and class

Assignment conditions

Wykład: zaliczenie pisemne (ZS_W02, ZS_U01, ZS_U03, ZS_U06, ZS_K02), które będzie obejmować materiał z wykładów i ćwiczeń. Zaliczenie będzie w formie pytań otwartych lub/i zamkniętych. Aby uzyskać zaliczenie należy zdobyć minimum 51 punktów.

Ćwiczenia: praca pisemna w formie pytań otwartych lub/i zamkniętych z progami punktowymi (ZS_W02, ZS_U01, ZS_U03, ZS_U06, ZS_K02).

Oceny (punktacja):

51%- 60% - dostateczny (3.0)

61%-70% - dostateczny plus (3.5)

71%-80% - dobry (4.0)

81%-85% - dobry plus (4.5)

86%-100% - bardzo dobry (5.0)

Na ocenę z przedmiotu składa się ocena z ćwiczeń (50%) i z wykładu (50%). Warunkiem zaliczenia przedmiotu są pozytywne oceny z ćwiczeń i wykładu.

Recommended reading

1. Bartosik-Purgat M., Mruk H., Schroeder J., *Międzynarodowe badania marketingowe*, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań 2013.
2. Karcz K., *Międzynarodowe badania porównawcze. Uwarunkowania kulturowe*, PWE, Warszawa 2004.
3. Mruk H., *Analiza rynku*, PWE, Warszawa 2003.
4. Schroeder J., *Badania marketingowe rynków zagranicznych*, AE, Poznań 2007.
5. Sobczak E., *Segmentacja rynków zagranicznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2010.

Further reading

1. Grzegorzczak W., *Marketing na rynku międzynarodowym*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2013.
2. Limański A., Drabik I., *Marketing międzynarodowy*, Difin, Warszawa 2010.
3. Mynarski S., *Praktyczne metody analizy danych rynkowych i marketingowych*, Kantor Wydawniczy Zamykacze, Kraków 2000.
4. Mynarski S., *Analiza danych rynkowych i marketingowych z wykorzystaniem programu Excel*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2003.
5. Oczkowska R., *Przedsiębiorstwo na rynku międzynarodowym. Uwarunkowania strategii internacjonalizacji i globalizacji*, Wydawnictwo: Akademia Frycza Modrzewskiego, Kraków 2007.

Notes

-

Modified by dr inż. Mariola Michałowska (last modification: 20-08-2020 16:15)

Generated automatically from SylabUZ computer system