



UNIWERSYTET
EKONOMICZNY
W POZNANIU

Marketing in emerging markets

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze	Cykl dydaktyczny 2019/2020
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPMSGS.18B.12829.19
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Angielski
Poziom kształcenia studia pierwszego stopnia (licencjackie)	Obowiązkowość Obowiązkowy
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok B
Profil kształcenia ogólnoakademicki	
Osoba odpowiedzialna za treść sylabusu	Łukasz Małys

Okres Semestr 4	Forma zaliczenia Egzamin	Liczba punktów ECTS 6
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w ćwiczeniach: 30 • Uczestnictwo w wykładach: 30	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Develop the skills to create a marketing strategy based on marketing analysis
C2	Familiarize students with the specifics of marketing activities on emerging markets
C3	Develop the ability to solve specific marketing problems

Wymagania wstępne

Fundamentals of marketing

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student explains the process of marketing analysis	K1_W01, K1_W05, K1_W06	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt indywidualny
W2	Student explains the process of creating a marketing strategy	K1_W01, K1_W05, K1_W06	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt indywidualny
W3	Student characterizes the emerging markets	K1_W03, K1_W05, K1_W09	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt indywidualny
Umiejętności			
U1	The student analyzes the marketing environment using various analytical tools	K1_U01, K1_U02, K1_U04	Egzamin pisemny testowy, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań
U2	The student analyzes the marketing potential of the company using various analytical tools	K1_U02, K1_U05	Egzamin pisemny testowy, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań
U3	The student creates and adjusts marketing strategies	K1_U01, K1_U02, K1_U03, K1_U04, K1_U05, K1_U06	Egzamin pisemny testowy, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań
Kompetencji społecznych			
K1	The student identifies specific problems on emerging markets and adjusts company's activities accordingly	K1_U18, K1_K04	Egzamin pisemny testowy, Projekt indywidualny, Przeprowadzenie badań

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Orientations of Companies. Marketing Transformation	C1	W1
2.	Marketing analysis tools – marketing environment	C1	W1, U1

3.	Marketing analysis tools – marketing potential of the company	C1	W1, U2
4.	Consumer behaviour on emerging markets	C1, C2	W3
5.	Relationship marketing concept	C1	U1
6.	Business relationships and networks	C1	W3, U1, U2
7.	Customer loyalty on emerging markets	C2	W3, U1, K1
8.	Marketing strategy formulation	C1	W2, U3
9.	Marketing strategy evaluation and adjustment	C1	W2, U3
10.	Case study: marketing in South America	C2, C3	K1
11.	Case study: marketing in Africa	C2, C3	K1
12.	Case study: marketing in CEE	C2, C3	K1
13.	Case study: marketing in Asia-Pacific	C2, C3	K1
14.	Case study: marketing in Middle East	C2, C3	K1
15.	Case study: marketing in post-USSR countries	C2, C3	K1

Literatura

Obowiązkowa

1. "Global Marketing (6th Edition)", S.Hollensen
2. "Marketing Management: A Relationship Approach", S.Hollensen
3. "International Marketing and Business in the CEE Markets", M.Szymura-Tyc

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

Analiza tekstów , Wykład konwencjonalny, Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Analiza przypadków

Metody nauczania	Sposób zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
Ćwiczenia	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań	
Wykład	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań	

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane aktywności
Zbieranie informacji do zadanej pracy	20

Przygotowanie ekspertyzy	20	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	30	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	20	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 120	ECTS 6.0
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 60	ECTS 2.0
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 50	ECTS 2.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Kierunkowe efekty uczenia się

Kod	Treść
K1_K04	absolwent jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy
K1_U01	absolwent potrafi prawidłowo interpretować zjawiska ekonomiczne, właściwie analizować przyczyny i przebieg procesów gospodarczych, z zastosowaniem standardowych w naukach ekonomicznych narzędzi
K1_U02	absolwent potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną w praktyce, w odniesieniu do funkcjonowania podmiotów gospodarczych na rynku międzynarodowym, ze szczególnym uwzględnieniem rynku Unii Europejskiej (w powiązaniu z wybraną specjalnością na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze)
K1_U03	absolwent potrafi interpretować podstawowe problemy i procesy współczesnej gospodarki światowej, ich przyczyny i przebieg
K1_U04	absolwent potrafi dokonywać obserwacji i analiz podstawowych procesów gospodarczych zachodzących w gospodarce otwartej, interpretować niezbędne w tym zakresie dane statystyczne oraz wskaźniki ekonomiczne, a także prognozować procesy i zjawiska gospodarcze z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi w naukach ekonomicznych
K1_U05	absolwent potrafi prawidłowo posługiwać się podstawowymi przepisami i standardami warunkującymi działalność gospodarczą, w tym zasadami rachunkowości i finansów w celu rozwiązania konkretnego zadania z zakresu działalności przedsiębiorstw
K1_U06	absolwent potrafi wykorzystywać wiedzę do podejmowania nowych wyzwań, rozstrzygania dylematów pojawiających się w pracy zawodowej oraz sprawnie rozwiązywać problemy zawodowe
K1_U18	absolwent potrafi komunikować się z otoczeniem we właściwy sposób; umie przy tym odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania oraz ponosić odpowiedzialność za podejmowane działania
K1_W01	absolwent zna i rozumie podstawy nauk ekonomicznych, w szczególności ekonomii, finansów i zarządzania, identyfikuje ich miejsce w systemie nauk, w tym w obrębie pokrewnych dyscyplin naukowych
K1_W03	absolwent zna i rozumie różne rodzaje i istotne elementy struktur i instytucji ekonomicznych krajowych i międzynarodowych, w tym charakterystyki podmiotów gospodarczych i relacji między nimi, w skali krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej
K1_W05	absolwent zna i rozumie zasady funkcjonowania rynku i mechanizmu rynkowego, zarówno w aspekcie krajowym, jak i międzynarodowym
K1_W06	absolwent zna i rozumie podstawowe obszary funkcjonowania i zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem na rynku krajowym i międzynarodowym, w tym na rynku UE
K1_W09	absolwent zna i rozumie reguły i normy (prawne, organizacyjne, etyczne) organizujące struktury i instytucje ekonomiczne (w szczególności te, które funkcjonują na rynku międzynarodowym) i rządzące nimi prawidłowości, a także o ich źródła, naturę i zmiany