Nazwa kierunku studiów	Ogrodnictwo
Nazwa modułu, także nazwa w języku angielskim	**Marketing międzynarodowy i światowy** **International and global marketing**
Język wykładowy	j. polski
Rodzaj modułu	fakultatywny
Poziom studiów	drugiego stopnia
Forma studiów	stacjonarne
Rok studiów dla kierunku	I
Semestr dla kierunku	1
Liczba punktów ECTS z podziałem na kontaktowe/niekontaktowe	2 (1,36/0,64)
Tytuł naukowy/stopień naukowy, imię i nazwisko osoby odpowiedzialnej za moduł	Dr inż. Wioletta Wróblewska
Jednostka oferująca moduł	Katedra Zarządzania i Marketingu
Cel modułu	Celem modułu jest pogłębienie wiedzy z obszaru marketingu w zakresie marketingu międzynarodowego i globalnego, ze szczególnym uwzględnieniem uwarunkowań otoczenia i strategii oraz zdobycie umiejętności planowania działań marketingowych w zakresie polityki produktu, marki, ceny, dystrybucji i promocji.
Efekty uczenia się dla modułu to opis zasobu wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, które student osiągnie po zrealizowaniu zajęć.	Wiedza:
	W1. Student ma pogłębioną wiedzę z zakresu marketingu w ujęciu międzynarodowym i globalnym.
	W2. Student zna i potrafi oceniać elementy otoczenia firmy, z uwzględnieniem różnic dotyczące konsumentów i segmentów na rynku międzynarodowym i globalnym.
	W3. Student zna strategie marketingowe stosowane na rynkach międzynarodowych w zakresie polityki produktu, marki, ceny, dystrybucji i promocji.
	Umiejętności:
	U1. Student potrafi zaproponować strategie marketingowe oraz analizować działania marketingowe firm w kontekście określonego rynku międzynarodowego i globalnego.
	U2. Student potrafi zaproponować rozwiązania w obrębie działań marketingowych, które mogą poprawić sytuację podmiotu gospodarczego.
	Kompetencje społeczne:
	K1. Uwzględniając uwarunkowania makro – i mikrootoczenia student jest gotów do wyznaczania priorytetów działalności podmiotów ogrodnictwa na arenie międzynarodowej.
	K2. Student działając w sposób przedsiębiorczy jest gotów samodzielnie oraz w grupie organizować działalność marketingową przedsiębiorstw ogrodnictwa na rynkach międzynarodowych.

Wymagania wstępne i dodatkowe	Ekonomia, Ekonomika i organizacja produkcji ogrodniczej, ogólna znajomość życia gospodarczego
Treści programowe modułu	Treści modułu obejmują zagadnienia m.in. dotyczące pojęcia marketingu międzynarodowego i globalnego; przegląd orientacji międzynarodowych przedsiębiorstw oraz międzynarodowych strategii marketingowych. Ponadto omówione zostaną zagadnienia dotyczące wpływu otoczenia makroekonomicznego przedsiębiorstwa, w tym czynników demograficznych, polityczno-prawnych, ekonomicznych oraz społeczno-kulturowych - na wybór strategii marketingowej. Przedstawione zostaną zagadnienia standaryzacji i adaptacji strategii marketingowej; międzynarodowe i globalne strategie konkurowania oraz strategie produktu, ceny, dystrybucji i promocji w marketingu międzynarodowym. Treści modułu obejmują także zagadnienia zarządzania portfelem marek na rynkach zagranicznych; międzynarodowe badania marketingowe.
Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej	Literatura podstawowa: Wiktor J., Żbikowska A., Marketing międzynarodowy. Uwarunkowania i kierunki rozwoju. PWE, Warszawa 2010. Duliniec E., Marketing międzynarodowy. PWE, Warszawa 2009. Literatura uzupełniająca: Grzesiuk A., Marketing międzynarodowy, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2007 Witek L., Adamczyk J., Marketing międzynarodowy, Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów 2008.
Planowane formy/działania/metody dydaktyczne	Wykład konwencjonalny i konwersatoryjny; metody dydaktyczne problemowe, m.in. zadania problemowe lub projektowe, generowanie pomysłów „burza mózgów”, case study;
Sposoby weryfikacji oraz formy dokumentowania osiągniętych efektów uczenia się	W1: zaliczenie pisemne (pytania testowe i otwarte) W2: zaliczenie pisemne (pytania testowe i otwarte) W3: zaliczenie pisemne (pytania testowe i otwarte) U1: zaliczenie pisemne (pytania testowe i otwarte) oraz ocena zadań problemowych U2: zaliczenie pisemne (pytania testowe i otwarte) oraz ocena zadań problemowych K1: aktywność i zaangażowanie na zajęciach oraz ocena zadania problemowego lub projektowego K2: aktywność i zaangażowanie na zajęciach oraz ocena zadania problemowego lub projektowego Formy dokumentowania osiągniętych efektów kształcenia: formularz zaliczeniowy (praca pisemna), zadania problemowe lub zadania projektowe, dziennik prowadzącego

<table>
<tr><td>Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową</td><td>Zaliczenie pisemne – waga 100% oceny końcowej
1) student wykazuje dostateczny (3,0) stopień wiedzy lub umiejętności, gdy uzyskuje od 51 do 60% sumy punktów określających maksymalny poziom wiedzy lub umiejętności z danego przedmiotu (odpowiednio, przy zaliczeniu cząstkowym – jego części),
2) student wykazuje dostateczny plus (3,5) stopień wiedzy lub umiejętności, gdy uzyskuje od 61 do 70% sumy punktów określających maksymalny poziom wiedzy lub umiejętności z danego przedmiotu (odpowiednio – jego części),
3) student wykazuje dobry stopień (4,0) wiedzy lub umiejętności, gdy uzyskuje od 71 do 80% sumy punktów określających maksymalny poziom wiedzy lub umiejętności z danego przedmiotu (odpowiednio – jego części),
4) student wykazuje plus dobry stopień (4,5) wiedzy lub umiejętności, gdy uzyskuje od 81 do 90% sumy punktów określających maksymalny poziom wiedzy lub umiejętności z danego przedmiotu (odpowiednio – jego części),
5) student wykazuje bardzo dobry stopień (5,0) wiedzy lub umiejętności, gdy uzyskuje powyżej 91% sumy punktów określających maksymalny poziom wiedzy lub umiejętności z danego przedmiotu (odpowiednio – jego części)</td></tr>
<tr><td>Bilans punktów ECTS</td><td>
<table>
<tr><td>Forma zajęć</td><td>Liczba godzin</td><td>Punkty ECTS</td></tr>
<tr><td colspan="3">KONTAKTOWE (z udziałem nauczyciela)</td></tr>
<tr><td>Wykłady</td><td>30</td><td>1,20</td></tr>
<tr><td>Konsultacje</td><td>2</td><td>0,08</td></tr>
<tr><td>Zaliczenie końcowe</td><td>2</td><td>0,08</td></tr>
<tr><td>Łącznie kontaktowe</td><td>34</td><td>1,36</td></tr>
<tr><td colspan="3">NIEKONTAKTOWE</td></tr>
<tr><td>Przygotowanie do zaliczenia</td><td>10</td><td>0,4</td></tr>
<tr><td>Studiowanie literatury</td><td>6</td><td>0,24</td></tr>
<tr><td>Łącznie niekontaktowe</td><td>16</td><td>0,64</td></tr>
<tr><td>Razem punkty ECTS</td><td>50</td><td>2</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Nakład pracy związany z zajęciami wymagającymi bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego</td><td>Udział w wykładach – 30 godz.
Udział w konsultacjach - 2 godz.
Udział w zaliczeniu - 2 godz.</td></tr>
<tr><td>Odniesienie modułowych efektów uczenia się do kierunkowych efektów uczenia się</td><td>W1 – OG_W03
W2 – OG_W12
W3 – OG_W12
U1 – OG_U01, OG_U08
U2 – OG_U08
K1 – OG_K02
K2 – OG_K06</td></tr>
</table>