

|                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nazwa kierunku studiów                                                                                                                      | Ogrodnictwo                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Nazwa modułu, także nazwa w języku angielskim</b>                                                                                        | <b>Marketing międzynarodowy i światowy<br/>International and global marketing</b>                                                                                                                                                                                                                              |
| Język wykładowy                                                                                                                             | j. polski                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Rodzaj modułu                                                                                                                               | fakultatywny                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Poziom studiów                                                                                                                              | drugiego stopnia                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Forma studiów                                                                                                                               | niestacjonarne                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Rok studiów dla kierunku                                                                                                                    | I                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Semestr dla kierunku                                                                                                                        | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Liczba punktów ECTS z podziałem na kontaktowe/niekontaktowe                                                                                 | 2 (0,88/1,12)                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 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.                                                                                                                             |

|                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Odniesienie modułowych efektów uczenia się do kierunkowych efektów uczenia się | W1 – OG_W03<br>W2 – OG_W12<br>W3 – OG_W12<br>U1 – OG_U01, OG_U08<br>U2 – OG_U08<br>K1 – OG_K02<br>K2 – OG_K06                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Odniesienie modułowych efektów uczenia się do efektów inżynierskich            | W1 - InzOG_W03<br>W2 - InzOG_W12<br>W3 - InzOG_W12<br>U1 - InzOG_U01<br>U2 - InzOG_U01                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Wymagania wstępne i dodatkowe                                                  | Ekonomia, Ekonomia 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 konkurencyjności oraz strategię 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:<br>Wiktor J., Żbikowska A., Marketing międzynarodowy. Uwarunkowania i kierunki rozwoju. PWE, Warszawa 2010.<br>Duliniec E., Marketing międzynarodowy. PWE, Warszawa 2009.<br>Literatura uzupełniająca:<br>Grzesiuk A., Marketing międzynarodowy, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2007<br>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, W2, W3: zaliczenie pisemne (pytania testowe i otwarte)<br>U1, U2: zaliczenie pisemne (pytania testowe i                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

|                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |               |             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------|
|                                                                                                 | otwarte) oraz ocena zadań problemowych<br>K1, K2: aktywność i zaangażowanie na zajęciach<br>oraz ocena zadania problemowego lub projektowego<br>Formy dokumentowania osiągniętych efektów<br>kształcenia: formularz zaliczeniowy (praca pisemna),<br>zadania problemowe lub zadania projektowe,<br>dziennik prowadzącego                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |               |             |
| Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową                                                   | Zaliczenie pisemne – waga 100% oceny końcowej<br>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),<br>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),<br>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),<br>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),<br>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) |               |             |
| Bilans punktów ECTS                                                                             | Forma zajęć                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Liczba godzin | Punkty ECTS |
|                                                                                                 | <b>KONTAKTOWE (z udziałem nauczyciela)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |               |             |
|                                                                                                 | Wykłady                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 18            | 0,72        |
|                                                                                                 | Konsultacje                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 2             | 0,08        |
|                                                                                                 | Zaliczenie końcowe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 2             | 0,08        |
|                                                                                                 | <b>Łącznie kontaktowe</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>22</b>     | <b>0,88</b> |
|                                                                                                 | <b>NIEKONTAKTOWE</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |               |             |
|                                                                                                 | Przygotowanie do zaliczenia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 15            | 0,6         |
|                                                                                                 | Studiowanie literatury                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 13            | 0,52        |
|                                                                                                 | <b>Łącznie niekontaktowe</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>28</b>     | <b>1,12</b> |
|                                                                                                 | <b>Razem punkty ECTS</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>50</b>     | <b>2</b>    |
| Nakład pracy związany z zajęciami wymagającymi bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego | Udział w wykładach – 18 godz.<br>Udział w konsultacjach - 2 godz.<br>Udział w zaliczeniu - 2 godz.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |               |             |

