

KARTA MODUŁU KSZTAŁCENIA ROK AKADEMICKI 2019/2020

EKONOMIA I STOPIEŃ

Informacje ogólne

I.

1 Nazwa modułu kształcenia

RYNKI MIĘDZYNARODOWE

2 Nazwa jednostki prowadzącej moduł

Wydział nauk Ekonomicznych
Zakład Ekonomii

3 Kod modułu

(wypełnia koordynator
ECTS)

4 Grupa treści kształcenia

Treści kształcenia kierunkowego

5 Typ modułu

Fakultatywny

6 Poziom studiów

I stopnia

7 Liczba punktów ECTS

1

8 Poziom przedmiotu

średnio- zaawansowany

9 Rok studiów, semestr

II rok, semestr IV – letni

10 Liczba godzin w semestrze

11 Liczba godzin w tygodniu

	Wyk.	Ćw.	Lab.	Sem.	Proj.	Wyk.	Ćw.	Lab.	Sem.	Proj.
studia stacjonarne	15	15				1	1			
studia niestacjonarne	-	-				-	-			

12 Język wykładowy: polski

13 Wykładowca (wykładowcy)

Magdalena Zwolińska-Ligaj, dr inż.

Informacje szczegółowe

14 Wymagania wstępne

1. Wiedza z zakresu przedmiotów: Mikroekonomia, Makroekonomia.

15 Cele przedmiotu

C1 Zapoznanie studentów ze specyfiką wybranych rynków zagranicznych.

C2 Nabycie wiedzy i wykształcenie umiejętności analizy rynku zagranicznego pod kątem oceny jego atrakcyjności inwestycyjnej.

16 Efekty kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych

nr	student, który zaliczył przedmiot, potrafi:	odniesienie do celów przedmiotu
WIEDZA		
EK01	Student dysponuje podstawową wiedzą na temat badania rynku zagranicznego i oceny jego atrakcyjności inwestycyjnej.	2
UMIEJĘTNOŚCI		
EK02	Student potrafi dokonać analizy rynku zagranicznego i na jej podstawie ocenić jego atrakcyjność inwestycyjną.	1,2

KOMPETENCJE SPOŁECZNE

EK03 Potrafi skutecznie realizować zadania w grupie.

2

17 Treści programowe

	forma zajęć - wykłady	liczba godzin S	liczba godzin NS	odniesienie do efektów kształcenia dla przedmiotu
W1	Cele i przedmiot badań rynków międzynarodowych.	4	-	1
W2	Zagraniczne otoczenie przedsiębiorstwa.	2	-	1
W3	Mechanizmy i instrumenty formowania rynków. Oddziaływanie państwa. Międzynarodowe porozumienia i umowy handlowe. Międzynarodowe instytucje regulujące.	4	-	1
W4	Wybór rynku zagranicznego. Decyzje przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych.	5	-	1
W..n				
	suma godzin	15		
	forma zajęć - ćwiczenia	liczba godzin S	liczba godzin NS	odniesienie do efektów kształcenia dla przedmiotu
ĆW1	Metody badań rynków zagranicznych – wprowadzenie. Źródła informacji.	4	-	1
ĆW2	Wybrane elementy charakterystyki międzynarodowego rynku.	3	-	1
ĆW3	Ekspansja polskich przedsiębiorstw na rynki zagraniczne.	1	-	2,3
ĆW4	Inwestorzy zagraniczni w Polsce.	1	-	2,3
ĆW5	Ocena wybranych rynków zagranicznych – np. kraje Unii Europejskiej, Chiny, Stany Zjednoczone, Rosja, kraje Ameryki Łacińskiej.	6	-	2,3
ĆW..n				
	suma godzin	15	-	

18 Narzędzia/metody dydaktyczne

1. Wykład z wykorzystaniem metod audiowizualnych.
2. Dyskusja na zajęciach.
3. Studium przypadku (wybranego rynku)

19 Sposoby oceny (F – formująca, P – podsumowująca)

- F1. Dyskusja na zajęciach (aktywność).
- P1. Analiza rynku (praca zespołowa) – prezentacja i złożenie raportu.
- P2. Zaliczenie pisemne wykładów.

20 Obciążenie pracą studenta

forma aktywności	średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
	S	NS
Godziny kontaktowe z nauczycielem	30	-
Przygotowanie się do laboratorium		-
Przygotowanie się do zajęć	5	-
Przygotowanie się do zaliczenia pismnego	5	-
.....		
.....		
SUMA	40	-
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	1	-

21 Literatura podstawowa i uzupełniająca

Literatura podstawowa:

1. Mruk H., Schroeder J., Bartosik-Purgat M., Międzynarodowe badania marketingowe, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2013.

Literatura uzupełniająca:

1. Źródła statystyczne, raporty, m.in. GUS, Eurostat, WTO, OECD, PAliH.
2. Wojciechowski H., Międzynarodowe rynki towarów i usług, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 1998.

22 Kryteria oceny *

	niedostateczny	dostateczny	dobry	bardzo dobry
EK01	Student nie dysponuje podstawową wiedzą na temat badania rynku zagranicznego i oceny jego atrakcyjności inwestycyjnej.	Student potrafi zdefiniować jedynie niektóre podstawowe pojęcia z zakresu badania rynku zagranicznego i oceny jego atrakcyjności inwestycyjnej.	Student potrafi zdefiniować podstawowe pojęcia z zakresu badania rynku zagranicznego i oceny jego atrakcyjności inwestycyjnej.	Student potrafi zdefiniować podstawowe pojęcia z zakresu badania rynku zagranicznego i oceny jego atrakcyjności inwestycyjnej oraz podać praktyczne przykłady.
EK02	Student nie potrafi zastosować podstawowych elementów analizy rynku zagranicznego i na jej podstawie ocenić jego atrakcyjność inwestycyjną.	Student potrafi zastosować nieliczne elementy analizy rynku zagranicznego i na jej podstawie ocenić jego atrakcyjność inwestycyjną.	Student potrafi zastosować większość z elementów analizy rynku zagranicznego i na jej podstawie ocenić jego atrakcyjność inwestycyjną.	Student potrafi dokonać analizy ranku zagranicznego i na jej podstawie ocenić jego atrakcyjność inwestycyjną. Biegle wyszukuje informacje, formułuje rozszerzone wnioski z badań.
EK03	Nie potrafi pracować w zespole	Potrafi pracować w zespole jednak częściej przyjmuje postawę bierną	Potrafi pracować w zespole często przyjmuje postawę aktywną	Potrafi pracować w zespole zawsze przyjmuje postawę aktywną

Inne przydatne informacje

23 Inne przydatne informacje o przedmiocie

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

*do decyzji koordynatora

Tabela podsumowująca.

Efekt kształcenia	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu („kierunkowych”)	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia/metody dydaktyczne	Sposób oceny
EK01	KW012, KW014, KW021, KW022	2	W1-4, ĆW1-2	1,2,3	F1, P1, P2
EK02	KU01-03, KU07, KU09, KU010, KU012, KU016, KU018, KU020-22	1,2	ĆW3-5	2,3	P1
EK03	KK02, KK03, KK09, KK010	2	ĆW3-5	3	F1, P1