



**POLITECHNIKA  
BYDGOSKA**  
Wydział Zarządzania

Karta przedmiotu  
**Marketing międzynarodowy**

**1. Informacje podstawowe**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                   |                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kierunek studiów</b><br>zarządzanie<br><br><b>Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów</b><br>Wydział Zarządzania<br><br><b>Poziom studiów</b><br>drugiego stopnia (mgr)<br><br><b>Profil studiów</b><br>Profil ogólnoakademicki<br><br><b>Forma studiów</b><br>studia stacjonarne |                   | <b>Cykl kształcenia (nabór)</b><br>2024/25<br><br><b>Kod przedmiotu</b><br>08ZAS.DM4C.0499.24<br><br><b>Języki wykładowe</b><br>polski<br><br><b>Obligatoryjność</b><br>Obowiązkowy<br><br><b>Blok zajęciowy</b><br>Przedmioty kierunkowe |
| <b>Wymagania wstępne</b>                                                                                                                                                                                                                                                               | Brak wymagań.     |                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Przedmioty wprowadzające</b>                                                                                                                                                                                                                                                        | Brak przedmiotów. |                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Koordinator</b>                                                                                                                                                                                                                                                                     | Ewa Koreleska     |                                                                                                                                                                                                                                           |

|                           |                                                                                                                                           |                                   |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Okres</b><br>Semestr 3 | <b>Forma zaliczenia</b><br>Zaliczenie na ocenę<br><br><b>Forma prowadzenia i godziny zajęć</b><br>Wykład: 15<br>Ćwiczenia audytoryjne: 15 | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>2.0 |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|

**2. Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                           | Opis efektów uczenia się                                                                                          | Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się | Odniesienie do charakterystyk PRK |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Wiedza:</b>                |                                                                                                                   |                                                 |                                   |
| W1                            | Definiuje i charakteryzuje pojęcia marketingu międzynarodowego.                                                   | ZA_O2_K_W06                                     | P7S_WG                            |
| W2                            | Rozpoznaje uwarunkowania marketingu międzynarodowego oraz ma pogłębioną wiedzę na temat elementów jego otoczenia. | ZA_O2_K_W06                                     | P7S_WG                            |
| <b>Umiejętności:</b>          |                                                                                                                   |                                                 |                                   |
| U1                            | Analizuje sytuację na rynkach międzynarodowych.                                                                   | ZA_O2_K_U05                                     | P7S_UW                            |
| U2                            | Formułuje strategie na rynku zagranicznym lub międzynarodowym.                                                    | ZA_O2_K_U07                                     | P7S_UW                            |
| <b>Kompetencje społeczne:</b> |                                                                                                                   |                                                 |                                   |
| K1                            | Jest zdolny do wykorzystania informacji o rynkach międzynarodowych do opracowania projektu marketingowego.        | ZA_O2_K_K01                                     | P7S_KK P7S_KO                     |

### 3. Treści programowe

| Lp. | Treści programowe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Formy zajęć           | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| 1.  | Pojęcie marketingu międzynarodowego i globalnego. Orientacje międzynarodowe przedsiębiorstw. Standaryzacja i adaptacja w marketingu międzynarodowym. Alterglobalizm a marketing globalno-lokalny. Euromarketing. Międzynarodowe otoczenie marketingu – jego elementy: ekonomiczno-rynkowe, demograficzne, społeczno-kulturowe, polityczne, prawno-administracyjne, technologiczne, naturalne. Metodyka analizy międzynarodowego otoczenia marketingu. Badania marketingowe rynków zagranicznych. Segmentacja rynku międzynarodowego. Strategie wejścia na rynki zagraniczne. Polityka produktu, ceny i komunikacji w marketingu międzynarodowym. Polityka dystrybucji i logistyka na rynkach międzynarodowych i globalnych. Międzynarodowe i globalne strategie konkurowania – ich narzędzia marketingowe. Kompetencje specjalisty ds. marketingu w kontekście internacjonalizacji przedsiębiorstw. | Wykład                | W1, W2                            |
| 2.  | Analiza praktycznych przypadków przedsiębiorstw – case study rozwiązywanych przez studentów na ćwiczeniach. Referat/raport: Wprowadzenie wybranego nowego produktu na rynek międzynarodowy.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Ćwiczenia audytoryjne | U1, U2, K1                        |

### 4. Metody prowadzenia zajęć, weryfikacji efektów uczenia się i warunki zaliczenia

|             |  |
|-------------|--|
| Forma zajęć |  |
|-------------|--|

|                       |                                                                                 |                |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| Wykład                | <b>Metody prowadzenia zajęć:</b>                                                |                |
|                       | Wykład                                                                          |                |
|                       | <b>Metody (sposoby) weryfikacji:</b>                                            | <b>Udział:</b> |
|                       | Kolokwium                                                                       | 100%           |
|                       | <b>Warunki zaliczenia przedmiotu:</b>                                           |                |
|                       | jjj                                                                             |                |
| Ćwiczenia audytoryjne | <b>Metody prowadzenia zajęć:</b>                                                |                |
|                       | Dyskusja, Case study, Praca w grupie                                            |                |
|                       | <b>Metody (sposoby) weryfikacji:</b>                                            | <b>Udział:</b> |
|                       | Raport                                                                          | 100%           |
|                       | <b>Warunki zaliczenia przedmiotu:</b>                                           |                |
|                       | Referat/raport: Wprowadzenie wybranego nowego produktu na rynek międzynarodowy. |                |

| Efekt uczenia się dla przedmiotu | <b>Metody (sposoby) weryfikacji</b> |        |
|----------------------------------|-------------------------------------|--------|
|                                  | Kolokwium                           | Raport |
| W1                               | x                                   |        |
| W2                               | x                                   |        |
| U1                               |                                     | x      |
| U2                               |                                     | x      |
| K1                               |                                     | x      |

## 5. Literatura

### Literatura podstawowa

1. Oczkowska R., Wiktor J., Żbikowska A., 2017, Marketing międzynarodowy. Zarys problematyki, PWE, Warszawa.
2. Duliniec E., red, 2007, Marketing międzynarodowy. Uwarunkowania, instrumenty, tendencje, Wyd. SGH, Warszawa

### Literatura uzupełniająca

1. Grzesiuk A., 2019, Marketing międzynarodowy, Wyd. CeDeWu, Warszawa.
2. Schroeder J., Bartosik-Purgat M., Mruk H., 2013, Międzynarodowe badania marketingowe, Wyd. AE Poznań.
3. Meffert H., Sepehr Ph., 2012, Anforderungen an den Marketing Manager der Zukunft, Marketing Review St. Gallen, Vol. 29, pp 8-15. <https://link.springer.com/article/10.1365/s11621-012-0171-0>

## 6. Nakład pracy studenta - bilans godzin i punktów ECTS

|                    |                                      |
|--------------------|--------------------------------------|
| Aktywność studenta | Obciążenie studenta<br>Liczba godzin |
|--------------------|--------------------------------------|

|                                                                                                           |                        |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----|
| Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia | Wykład                 | 15 |
|                                                                                                           | Ćwiczenia audytoryjne  | 15 |
| Praca własna studenta                                                                                     | Konsultacje            | 10 |
|                                                                                                           | Przygotowanie do zajęć | 2  |
|                                                                                                           | Studiowanie literatury | 3  |
|                                                                                                           | Przygotowanie raportu  | 5  |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>                                                                       |                        | 50 |
| <b>Liczba punktów ECTS</b>                                                                                |                        | 2  |

\* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut