

| | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------|--|----------------|-------------------------|------------------------|--------------------------|---------------------|------------------------|-------------------|----------------------|-----------------|--|
| Nazwa przedmiotu | | Symulacje i gry biznesowe | | | | | Kod ECTS | 14.3.E.SL.3501 | | | | |
| | | | | | | | Pkt.ECTS | 0 | | | | |
| Jednostka prowadząca przedmiot | | KBM | Nazwa kierunku | | MSG | | Nazwa specjalności | | BM; | | | |
| Nazwisko prowadzącego | | dr Marek Reysowski | | | | | | | | | | |
| Forma zajęć/Liczba godzin | | | | | | | | | | | | |
| Wykład | 0 | Ćwiczenia | 16 | Konwersatoria | 0 | Laboratoria komputerowe | 0 | Seminaria | 0 | Lektoraty | 0 | |
| Forma aktywności | | | | | | Rok i rodzaj studiów: | | 2 NS2, | | | | |
| Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne): | | | | | | Semestr: | | 4, | | | | |
| Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta): | | | | | | Status przedmiotu: | | Obligatoryjny | | | | |
| Sumaryczna liczba godzin: | | | | | | 0 | | Język wykładowy: | | polski | | |
| Sposób realizacji zajęć | | Zajęcia w sali dydaktycznej. | | | | | | | | | | |
| Metody dydaktyczne | | Praca w laboratorium komputerowym, Gry dydaktyczne, Aktywność w grupach, współpraca, Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, | | | | | | | | | | |
| Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi | | | | | | | | | | | | |
| Wymagania formalne | | - | | | | | | | | | | |
| Wymagania wstępne | | Znajomość narzędzi marketingowego zarządzania przedsiębiorstwem | | | | | | | | | | |
| Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny | | | | | | | | | | | | |
| Sposób zaliczenia | | Egzamin | | | | | | | | | | |
| Kryteria oceny | | Projekt, symulacja rynkowa, rynek telewizorów w Polsce (90% oceny końcowej). Celem jest osiągnięcie jak najlepszego wyniku finansowego i największego udziału w rynku. Oceniana będzie również aktywność studenta na zajęciach (10% oceny końcowej). Skala ocen końcowych jest wyznaczana zgodnie z Regulaminem studiów. | | | | | | | | | | |
| Cele przedmiotu | | | | | | | | | | | | |
| Zrozumienie procesów zachodzących w ramach przedsiębiorstwa. Umiejętność definiowania potrzeb i preferencji klientów oraz tworzenia w oparciu o nie produktów i usług. | | | | | | | | | | | | |
| Efekty uczenia się | | | | | | | | | | | | |
| Wiedza | MSG2_W03 | ma podstawową wiedzę o różnych rodzajach i istotnych elementach struktur i instytucji ekonomicznych, ze szczególnym uwzględnieniem firm produkcyjnych działających na rynku dóbr konsumpcyjnych | | | | | | | | | | |
| | MSG2_W05 | zna zasady funkcjonowania rynku i mechanizmu rynkowego | | | | | | | | | | |
| | MSG2_W06 | dysponuje wiedzą z zakresu podstawowych obszarów funkcjonowania przedsiębiorstwa produkcyjnego | | | | | | | | | | |
| | MSG2_W08 | zna podstawowe metody i narzędzia pozwalające opisywać podmioty gospodarcze oraz zjawiska zachodzące pomiędzy przedsiębiorstwami i ich otoczeniem na rynku konsumenckim | | | | | | | | | | |
| | MSG2_W10 | posiada podstawową wiedzę o gospodarce światowej i międzynarodowych stosunkach gospodarczych oraz ich wpływie na warunki konkurencji na różnych rynkach | | | | | | | | | | |
| | MSG2_W15 | posiada wiedzę dotyczącą funkcjonowania podmiotów produkcyjnych w warunkach konkurencji rynkowej | | | | | | | | | | |
| Weryfikacja efektów uczenia się - Wiedza | | | | | | | | | | | | |
| Efekty | egzamin pisemny | egzamin ustny | kolokwium | esej/referat /portfolio | zadania / prace domowe | prezentacja indywidualna | prezentacja grupowa | aktywność na zajęciach | udział w dyskusji | projekt indywidualny | projekt grupowy | |
| | MSG2_W03 | | | | | | | | | | X | |
| MSG2_W05 | | | | | | | | X | X | | X | |

| | | | | | | | | | | | |
|----------|--|--|--|--|--|--|--|---|---|--|---|
| MSG2_W06 | | | | | | | | X | X | | X |
| MSG2_W08 | | | | | | | | | | | X |
| MSG2_W10 | | | | | | | | X | X | | |
| MSG2_W15 | | | | | | | | | | | X |

| | | |
|--------------|----------|---|
| Umiejętności | MSG2_U01 | potrafi prawidłowo interpretować zjawiska ekonomiczne i wyciągać wnioski niezbędne do prowadzenia przedsiębiorstwa |
| | MSG2_U03 | potrafi interpretować podstawowe problemy i procesy współczesnej gospodarki, ich przyczyny i wpływ na działalność firm produkcyjnych |
| | MSG2_U04 | potrafi dokonywać obserwacji i analiz procesów gospodarczych zachodzących w gospodarce otwartej oraz interpretować wskaźniki ekonomiczne na cele prognozowania w ramach strategii przedsiębiorstwa, z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi w naukach ekonomicznych |
| | MSG2_U07 | potrafi identyfikować i analizować relacje występujące między podmiotami gospodarczymi a innymi instytucjami z otoczenia rynkowego, zwłaszcza w zakresie wsparcia prowadzenia działalności i finansowania inwestycji |
| | MSG2_U08 | potrafi wykorzystywać podstawowe metody i narzędzia do pozyskiwania informacji niezbędnych w procesie decyzyjnym firmy produkcyjnej |
| | MSG2_U10 | potrafi wykorzystywać podstawowe programy komputerowe do analizy popytu i zarządzania firmą |
| | MSG2_U11 | potrafi zidentyfikować wybrane rodzaje ryzyk związanych z działalnością produkcyjną firmy |
| | MSG2_U12 | potrafi zawierać i realizować transakcje handlowe na rynku dóbr konsumpcyjnych oraz analizować przebieg transakcji i wyciągać wnioski do wykorzystania w planowaniu strategicznym |

Weryfikacja efektów uczenia się - Umiejętności

| Efekty | egzamin pisemny | egzamin ustny | kolokwium | esej/referat /portfolio | zadania / prace domowe | prezentacja indywidualna | prezentacja grupowa | aktywność na zajęciach | udział w dyskusji | projekt indywidualny | projekt grupowy |
|----------|-----------------|---------------|-----------|-------------------------|------------------------|--------------------------|---------------------|------------------------|-------------------|----------------------|-----------------|
| MSG2_U01 | | | | | | | | | | | X |
| MSG2_U03 | | | | | | | | X | X | | X |
| MSG2_U04 | | | | | | | | | | | X |
| MSG2_U07 | | | | | | | | | | | X |
| MSG2_U08 | | | | | | | | | | | X |
| MSG2_U10 | | | | | | | | | | | X |
| MSG2_U11 | | | | | | | | | | | X |
| MSG2_U12 | | | | | | | | | | | X |

| | | |
|-------------|----------|--|
| Kompetencje | MSG2_K01 | zna ograniczenia własnej wiedzy i rozumie potrzebę uczenia się oraz pogłębiania i uzupełniania nabytej wiedzy i umiejętności, wyznacza kierunki własnego rozwoju i weryfikuje nabytą wiedzę na symulowanych modelach przedsiębiorstw |
| | MSG2_K02 | potrafi współpracować w zespole, posiada elementarne umiejętności organizacyjne i realizuje założone w planach strategicznych symulowanej firmy cele, związane z podejmowaniem działań z zakresu zarządzania strategicznego |

Weryfikacja efektów uczenia się - Kompetencje

| Efekty | egzamin pisemny | egzamin ustny | kolokwium | esej/referat /portfolio | zadania / prace domowe | prezentacja indywidualna | prezentacja grupowa | aktywność na zajęciach | udział w dyskusji | projekt indywidualny | projekt grupowy |
|----------|-----------------|---------------|-----------|-------------------------|------------------------|--------------------------|---------------------|------------------------|-------------------|----------------------|-----------------|
| MSG2_K01 | | | | | | | | | | | X |

| | | | | | | | | | | | |
|----------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|---|
| MSG2_K02 | | | | | | | | | | | X |
|----------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|---|

Treści programowe

1. Wprowadzenie do strategicznego zarządzania przedsiębiorstwem 1
 - 1.1. Metody kształtowania celów strategicznych w przedsiębiorstwie
 - 1.2. Elementy planu strategicznego
2. Wprowadzenie do strategicznego zarządzania przedsiębiorstwem 2
 - 2.1. Podstawowe analizy strategiczne
 - 2.2. Metody pozycjonowania względem konkurentów
3. Metody segmentacji klientów
 - 3.1. Segmentacja w oparciu o preferencje i zwyczaje klientów
 - 3.2. Charakterystyka demograficzna segmentów
4. Opracowanie długofalowej strategii dla prowadzonego przedsiębiorstwa
5. Wprowadzenie do symulacji
 - 5.1. Opis sytuacji na rynku
- 5.2. Nauka obsługi interfejsu użytkownika
6. Metody wprowadzania nowego produktu na rynek
 - 6.1. Analiza oczekiwań i preferencji klientów
 - 6.3. Definiowanie przedziału akceptowalności cen
7. Budowanie i wdrażanie strategii komunikacyjnych
 - 7.1. Dobór komunikatu i mediów do segmentów docelowych
 - 7.2. Świadomość spontaniczna i wspomagana
8. Badania satysfakcji i lojalności klientów
 - 8.1. Wskaźnik satysfakcji ogólnej
 - 8.2. Wpływ poszczególnych elementów oferty na ogólne zadowolenie klientów
9. Podsumowanie zajęć

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej

Literatura podstawowa:

Marcin Skurczyński, Strategiczna symulacja rynkowa 4RMR - Podręcznik, IHZ, Sopot 2010

Marcin Skurczyński, Segmentacja - materiały do zajęć, IHZ, Sopot 2010

Literatura uzupełniająca:

Philip Kotler, Marketing Management, Pearson, wydania po 2000 roku

Kontakt

marek.reysowski@ug.edu.pl,