*Załącznik nr 1.5 do Zarządzenia Rektora UR nr 12/2019*

**SYLABUS**

**dotyczy cyklu kształcenia** 2022-2025

Rok akademicki: 2024/2025

1. Podstawowe informacje o przedmiocie

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Marketplace |
| Kod przedmiotu\* | E/I/EP/C.3 |
| Nazwa jednostki prowadzącej kierunek | Kolegium Nauk Społecznych |
| Nazwa jednostki realizującej przedmiot | Instytut Ekonomii i Finansów KNS |
| Kierunek studiów | Ekonomia |
| Poziom studiów | Pierwszego stopnia |
| Profil | Ogólnoakademicki |
| Forma studiów | Niestacjonarne |
| Rok i semestr/y studiów | III/6 |
| Rodzaj przedmiotu | Specjalnościowy |
| Język wykładowy | polski |
| Koordynator | dr hab. Bogdan Wierzbiński, prof. UR |
| Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących | dr hab. Bogdan Wierzbiński, prof. UR |

\* *-opcjonalni*e, *zgodnie z ustaleniami w Jednostce*

1.1. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Semestr  (nr) | Wykł. | Ćw.warszt. | Konw. | Lab. | Sem. | ZP | Prakt. | Inne (jakie?) | **Liczba pkt. ECTS** |
| 6 |  | 18 |  |  |  |  |  |  | 2 |

1.2. Sposób realizacji zajęć

🗹 zajęcia w formie tradycyjnej (lub zdalnie z wykorzystaniem platformy Ms Teams)

☐ zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

1.3. Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)

zaliczenie z oceną

2. Wymagania wstępne

|  |
| --- |
| Zaliczenie podstawowych przedmiotów z zakresu ekonomii (w tym: mikroekonomii, rachunkowości, matematyki, statystyki opisowej, podstaw makroekonomii).  Wiedza z zakresu zarządzania (w tym: technologii informacyjnych, podstaw marketingu, analiz rynku i badań marketingowych, finansów przedsiębiorstwa). |

3. cele, efekty uczenia się, treści Programowe i stosowane metody Dydaktyczne

3.1. Cele przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| C1 | Umożliwienie słuchaczom rozwijania umiejętności strategicznego myślenia na symulowanym rynku. |
| C2 | Zdobycie wiedzy i wymaganych umiejętności związanych z zarządzaniem firmą. |
| C3 | Kształtowanie umiejętności analizy danych i prezentacji wyników oraz rozwiązywania problemów przy wykorzystaniu wiedzy zdobytej m.in. w trakcie studiów oraz z praktyki zawodowej. |

**3.2. Efekty uczenia się dla przedmiotu**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| EK (efekt uczenia się) | Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu | Odniesienie do efektów kierunkowych [[1]](#footnote-1) |
| EK\_01 | Określa przyczyny zmian struktur gospodarczych związane ze strategicznym zachowaniem przedsiębiorstw. | K\_W06 |
| EK\_02 | Identyfikuje wzajemne relacje pomiędzy organizacjami gospodarczymi. | K\_W07 |
| EK\_03 | Posiada wiedzę ekonomiczną w obszarze funkcjonowania i finansowania przedsiębiorstw. | K\_U02 |
| EK\_04 | Potrafi analizować dane oraz projektować zadania w zakresie strategicznych działań przedsiębiorstw i proponować sposoby ich realizacji. | K\_U03 |
| EK\_05 | Organizuje pracę indywidualną oraz grupową w przyjmując w niej różne role. | K\_U10 |
| EK\_06 | Jest gotów do wypełniania zobowiązania społecznych poprzez uczestniczenie w przygotowaniu projektów gospodarczych i społecznych. | K\_K03 |

**3.3. Treści programowe**

1. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych, laboratoryjnych, zajęć praktycznych

|  |
| --- |
| Treści merytoryczne |
| Omówienie scenariuszy gry. Zasady planowania strategicznego. |
| Analiza wyników rynku testowego. Ustalenie poziomu potrzeb finansowych firmy dla Inwestora Strategicznego. |
| Organizacji firmy / Przydział zakresu odpowiedzialności. Ocena umiejętności i stylu pracy członków zespołu. |
| Zorganizowanie pracy i określenie celów osobistych dla każdego z członków. Określenie sposobu zarządzania organizacją i określenie norm grupowych. Określenie pożądanego wizerunku firmy. |
| Zaplanowanie strategii działania na rynku. Analiza wyników badań rynkowych. |
| Identyfikacja i wybór atrakcyjnych segmentów rynku. Wybór rynków testowych. |
| Przygotowanie oferty rynkowej. Projektowanie pierwszych marek dla rynku testowego. Określenie zdolności produkcyjnej. |
| Budowa strategii reklamowej i planowanie w zakresie kanałów dystrybucji. Analiza wyników rynku próbnego. |
| Dostosowywanie strategii do zamieniających się warunków rynkowych. Przygotowanie planu ofensywy rynkowej. |
| Rozwinięcie pracy B+R, podejmowanie działań skierowanych na wzrost jakości produktów. Podejmowanie działań zmierzających do wzrostu efektywności działania. Przygotowanie raportu końcowego, tj. sprawozdanie z działalności firmy. |
| Prezentacja wyników swojej działalności oraz analiza błędów oraz koncepcji gry. |

3.4. Metody dydaktyczne

Ćwiczenia: analiza tekstów z dyskusją, metoda projektów, praca w grupach

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Symbol efektu | Metody oceny efektów uczenia się  (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć) | Forma zajęć dydaktycznych  (w, ćw, …) |
| EK\_01 | ustne sprawdzanie wiedzy w trakcie zajęć | ćwiczenia |
| EK\_02 | ustne sprawdzanie wiedzy w trakcie zajęć | ćwiczenia |
| EK\_03 | ustne sprawdzanie wiedzy w trakcie zajęć | ćwiczenia |
| EK\_04 | ustne sprawdzanie wiedzy w trakcie zajęć | ćwiczenia |
| EK\_05 | ustne sprawdzanie wiedzy w trakcie zajęć | ćwiczenia |
| EK\_06 | ustne sprawdzanie wiedzy w trakcie zajęć | ćwiczenia |

4.2. Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

|  |
| --- |
| Aktywna obecność w trakcie zajęć oraz udokumentowana aktywność w pracy przy wykorzystywaniu symulacji komputerowej w trakcie pracy grupowej (przygotowanie prezentacji z realizacji celów gospodarczych na platformie Market Place podczas ćwiczeń). |

**5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS**

|  |  |
| --- | --- |
| **Forma aktywności** | **Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności** |
| Godziny kontaktowe wynikające z harmonogramu studiów | 18 |
| Inne z udziałem nauczyciela akademickiego  (udział w konsultacjach) | 5 |
| Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć) | 27 |
| SUMA GODZIN | 50 |
| **SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS** | 2 |

*\* Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.*

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

|  |  |
| --- | --- |
| wymiar godzinowy | - |
| zasady i formy odbywania praktyk | - |

7. LITERATURA

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa:   1. Ekonomia przedsiębiorstw: finanse dla niefinansistów / Danuta Młodzikowska i Pål Carlsson. Wyd. 2. Gdańsk: BL Info Polska, 2012 2. Zarządzanie firmą rodzinną: kluczowe wyzwania / redakcja naukowa Krzysztof Safin, Izabela Koładkiewicz. Warszawa: Wydawnictwo Poltext, 2019 |
| Literatura uzupełniająca:   1. Systemy wspomagania decyzji / Waldemar Bojar, Katarzyna Rostek, Leszek Knopik, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2014. 2. W poszukiwaniu przyszłości: zarządzanie strategiczne firmą / Jerzy Bogdanienko, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Białymstoku. Białystok: Wydaw. Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania, 2002 |

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej

1. W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela. [↑](#footnote-ref-1)