**Nazwa przedmiotu:**

Produkt na rynku globalnym

**Koordynator przedmiotu:**

Dr inż. Ryszard Rafalski

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia II stopnia

**Program:**

Zarządzanie

**Grupa przedmiotów:**

Produkcja na Rynki Międzynarodowe

**Kod przedmiotu:**

PRYGL

**Semestr nominalny:**

2 / rok ak. 2010/2011

**Liczba punktów ECTS:**

2

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład: | 15h |
| Ćwiczenia: | 0h |
| Laboratorium: | 0h |
| Projekt: | 0h |
| Lekcje komputerowe: | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Prerekwzizyty: Produkt, rynek globalny, eurorynek, euromarketing, strategie na obszarze eurorynku, innowacje międzynarodowe, zarządzanie nowymi produktami, polityka gospodarcza Unii Europejskiej, wprowadzenie produktu na rynki zagraniczne, dystrybucja i obsługa serwisowa produktu, eksport produktów, procesy dostosowawcze w zakresie produktu, ekonomika produktu na rynku globalnym.

**Limit liczby studentów:**

**Cel przedmiotu:**

Zdefiniowanie jako dostosowanie strategii i elementów produktu, to jest polityki produktu, ceny, dystrybucji, promocji do warunków Europejskiego Rynku Wewnętrznego z wykorzystaniem powiązań i uwarunkowań rynku globalnego.

**Treści kształcenia:**

WYKŁAD 1. Strategie marketingowe na rynku międzynarodowym. 2. Produkt w strategii marketingowej przedsiębiorstwa i konkurencja. 3. Zarządzanie nowymi produktami z wykorzystaniem innowacji międzynarodowych. 4. Warunki działania przedsiębiorstw na obszarze Unii Europejskiej. 5. Międzynarodowy wymiar przedsiębiorczości w dziedzinie produktów. 6. Strategie wprowadzenia produktu na rynki zagraniczne. 7. Dystrybucja i obsługa serwisowa produktu na rynkach międzynarodowych. 8. Organizacja i zarządzanie eksportem produktów. 9. Procesy dostosowawcze w zakresie produktu i otoczeniu produktowym. 10. Ekonomika produktu na rynku globalnym.

**Metody oceny:**

brak

**Egzamin:**

**Literatura:**

1. Marcin Komar: Eurumarketing. PWN Warszawa 2000 2. Praca zbiorowa (red.B.Sojkin): Zarządzanie produktem. PWE Warszawa 2003 3. Andrzej Sznajder: Strategie przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym PWE Warszawa 1996 4. Ryszard Rafalski: Organizacja systemów produkcyjnych w warunkach globalizacji. Aktualne problemy w organizacji i zarządzaniu przedsiębiorstwem. WNT warszawa 2000 5. Klemens Białecki: Marketing producenta i eksportera. Poltext Warszawa 1995 6. Michael P. Hutt, Thomas W. Speh,: Zarządzanie marketingiem. Strategie rynku dóbr i usługprzemysłowych. PWN Warszawa 1997

**Witryna www przedmiotu:**

**Uwagi:**

## Efekty przedmiotowe