



<b>Przedmiot:</b> MARKETINGOWA GRA MENEDŻERSKA				
<b>Forma zajęć:</b> ćwiczenia	<b>Semestr:</b> 9	<b>Rok:</b> 5	<b>Wymiar godzin:</b> 15	<b>Punkty ECTS:</b> 6
<b>Forma zaliczenia:</b> zaliczenie na ocenę		<b>Typ przedmiotu:</b> obowiązkowy		<b>Język nauczania:</b> polski
<b>Kierunek:</b> Zarządzanie i Marketing			<b>Tryb:</b> niestacjonarne wieczorowe	<b>Rodzaj:</b> jednolite magisterskie
<b>Specjalność:</b> Zarządzanie Przedsiębiorstwem, Procesy i Projekty logistyczne				
<b>Katedra:</b> Zarządzania Marketingowego				
<b>Stopień naukowy wykładowcy:</b> dr		<b>Imię i nazwisko wykładowcy:</b> Witold Kowal		

**Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):**

Ukończenie kursów przedmiotu podstawy marketingu i zarządzanie marketingowe

**Program przedmiotu:**

1. Prezentacja Marketingowej gry menedżerskiej. Organizacja zespołów-firm. Dostarczenie informacji n/t sytuacji wyjściowej firm.
2. Praca w grupach: przygotowanie decyzji na okres 1. Dostarczenie decyzji do Administratora symulacji.
3. Odbiór wyników decyzji w okresie 1. Praca w grupach: przygotowanie decyzji na okres 2. Dostarczenie decyzji do Administratora symulacji.
4. Odbiór wyników decyzji w okresie 2. Praca w grupach: przygotowanie decyzji na okres 3. Dostarczenie decyzji do Administratora symulacji.
5. Odbiór wyników decyzji w okresie 3. Praca w grupach: przygotowanie decyzji na okres 4. Dostarczenie decyzji do Administratora symulacji.
6. Odbiór wyników decyzji w okresie 4. Praca w grupach: przygotowanie decyzji na okres 5. Dostarczenie decyzji do Administratora symulacji.
7. Odbiór wyników decyzji w okresie 5. Praca w grupach: przygotowanie decyzji na okres 6. Dostarczenie decyzji do Administratora symulacji.
8. Odbiór wyników decyzji w okresie 6. Praca w grupach: przygotowanie decyzji na okres 7. Dostarczenie decyzji do Administratora symulacji.
9. Odbiór wyników decyzji w okresie 7. Praca w grupach: przygotowanie decyzji na okres 8. Dostarczenie decyzji do Administratora symulacji.
10. Odbiór wyników decyzji w okresie 8. Praca w grupach: przygotowanie decyzji na okres 9. Dostarczenie decyzji do Administratora symulacji.
11. Odbiór wyników decyzji w okresie 9. Praca w grupach: przygotowanie decyzji na okres 10. Dostarczenie decyzji do Administratora symulacji.
12. Odbiór wyników decyzji w okresie 10. Analiza decyzji i wyników decyzji w minionych okresach. Rekapitulacja realizowanego planu marketingowego. Przygotowanie prezentacji końcowej.
13. Wspólna sesja finałowa. Przedstawienie prezentacji zaliczeniowych. Podsumowanie Marketingowej gry menedżerskiej.

**Metody dydaktyczne:**

praca w zespołach, symulacja komputerowa, prezentacje multimedialne

**Cele przedmiotu:**

- przećwiczenie umiejętności strategicznego i operacyjnego planowania marketingowego,
- przećwiczenie umiejętności analizy informacji wewnętrznych i wyników badań marketingowych,
- przećwiczenie umiejętności zarządzania poszczególnymi funkcjami marketingowymi.

**Warunki zaliczenia:**

uczestnictwo w zajęciach, przygotowanie i przedstawienie prezentacji końcowej

**Literatura podstawowa (do 4 pozycji):**

Instrukcja dla uczestnika gry

**Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):**