

Nazwa przedmiotu		Zarządzanie międzynarodowe				Kod ECTS	14.3.E.SZ.2328				
						Pkt.ECTS	5				
Jednostka prowadząca przedmiot		KPG	Nazwa kierunku		Ekonomia	Nazwa specjalności		PGiSP;			
Nazwisko prowadzącego		dr Joanna Kuczevska									
Forma zajęć/Liczba godzin											
Wykład	0	Ćwiczenia	30	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		2 SS2,			
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):				120		Semestr:		3,			
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):				130		Status przedmiotu:		Obligatoryjny			
Sumaryczna liczba godzin:				250		Język wykładowy:		polski			
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia w sali dydaktycznej.									
Metody dydaktyczne		Ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących, Aktywność w grupach, współpraca, Studia przypadków,									
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi											
Wymagania formalne		Mikroekonomia									
Wymagania wstępne		Podstawowa wiedza z mikroekonomii (szczególnie teoria przedsiębiorstwa, decyzje produkcyjne, struktury rynku).									
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny											
Sposób zaliczenia		Zaliczenie na ocenę									
Kryteria oceny		Przygotowanie i prezentacja projektów zawierających praktyczne studia przypadków korporacji transnarodowych. Zawartość: - historia i charakterystyka korporacji - strategie wchodzenia na rynki zagraniczne - alianse strategiczne - struktury organizacyjne - strategia globalna - marketing globalny									
Cele przedmiotu											
Zdobycie wiedzy z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem międzynarodowym; umiejętność implementacji wiedzy teoretycznej w realnych studiach przypadków korporacji globalnych; rozumienie podstawowych pojęć, mechanizmów i metod wykorzystywanych w procesie zarządzania strategicznego.											
Efekty kształcenia się											
Wiedza		E2_W04	Student posiada wiedzę w zakresie relacji i mechanizmów zarządzania oraz współpracy korporacji globalnych; prawidłowo identyfikuje metody, narzędzia i mechanizmy zarządzania strategicznego								
		E2_W06	Student posiada wiedzę na temat: cech charakterystycznych korporacji globalnych, sposobów zdobywania przewag na rynkach zagranicznych, form i efektów współpracy strategicznej, globalnych struktur organizacyjnych, narzędzi i metod zarządzania strategicznego oraz stosowania narzędzi marketingu globalnego.								
		E2_W08	Student prawidłowo interpretuje i dobiera narzędzia oraz techniki zarządzania w przedsiębiorstwie globalnych zgodnie z wymaganiami zmieniającego się otoczenia biznesu.								
Weryfikacja efektów kształcenia - 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
E2_W04								X	X		
E2_W06								X	X		
E2_W08								X	X		

Umiejętności	E2_U01	Student posiada umiejętność analizy procesów zarządzania międzynarodowego, diagnozowania przyczyn i efektów tych procesów.
	E2_U02	Student potrafi wykorzystać teoretyczną i specjalistyczną wiedzę z zakresu zarządzania międzynarodowego do opisu i analizowania przyczyn oraz przebiegu procesów i zjawisk biznesu globalnego oraz potrafi formułować własne opinie i dobrać metody analiz.
	E2_U04	Student potrafi prawidłowo modelować działania i procesy strategiczne za pomocą metod zarządzania w biznesie globalnym.
	E2_U07	Student posiada umiejętność samodzielnego proponowania rozwiązań konkretnego problemu biznesowego.
	E2_U08	Student posiada umiejętność implementacji wiedzy teoretycznej w praktyce rozwiązując samodzielnie studia przypadków oraz potrafi samodzielnie zaprezentować wnioski płynące z własnych analiz.

Weryfikacja efektów kształcenia - 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
E2_U01						X			X	X	
E2_U02						X			X	X	
E2_U04						X			X	X	
E2_U07						X			X	X	
E2_U08						X			X	X	

Kompetencje	E2_K01	Student potrafi znaleźć właściwe źródła informacji o uwarunkowaniach prowadzenia biznesu na zagranicznych, zróżnicowanych rynkach.
	E2_K04	Student prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań związane z procesem zarządzania przedsiębiorstwem globalnym. Potrafi współpracować w grupach i dyskutować różne warianty rozwiązań.

Weryfikacja efektów kształcenia - 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
E2_K01						X					
E2_K04						X					

Treści programowe
Problematyka strategii w biznesie globalnym i transnarodowym

Powstawanie korporacji globalnych Kluczowe terminy biznesu międzynarodowego, zmiany zachowań w biznesie międzynarodowym, globalizacja - obszary, czynniki, efekty, podstawowe zagadnienia zarządzania organizacją globalną

Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstw - motywy i formy internacjonalizacji

Motywy internacjonalizacji i globalizacji przedsiębiorstw - rynkowe, kosztowe, zaopatrzeniowe, polityczne; formy internacjonalizacji - eksport pośredni i bezpośredni, sprzedaż licencji, franchising, leasing, inwestycje pod klucz, joint ventures, fuzje transnarodowe, inwestycje bezpośrednie

Sojusze strategiczne jako forma dostosowywania się wymogów konkurencji globalnej

Definicja sojuszy strategicznych, typologia aliansów: alianse konkurencyjne, przedkonkurencyjne, na rzecz konkurencji, niekonkurencyjne; korzyści i zagrożenia aliansów strategicznych

Globalna struktura organizacyjna

Wczesne i dojrzałe struktury organizacyjne korporacji transnarodowych - wady i zalety poszczególnych typów struktur organizacyjnych

Strategia globalna

Formułowanie strategii transnarodowej; szkoły: pozycjonowania konkurencyjnego i kluczowych kompetencji; model strategii ogólnej Portera; motywy strategiczne na obszarze zintegrowanym - integracja pionowa i pozioma

Marketing globalny

Rola marketingu w strategii globalnej, globalne strategie marketingowe, strategia globalnej segmentacji i pozycjonowania na rynku, globalne zarządzanie elementami marketingu mix.

Benchmarking - metoda równaj do najlepszych

Definicja benchmarkingu, benchmarking a analiza pozycji konkurencyjnej, typy benchmarkingu, modele benchmarkingu, fazy wdrażania procesu benchmarkingu; identyfikacja korzyści wykorzystania najlepszej praktyki w dążeniu do doskonałości biznesu, identyfikacja i eliminacja pułapek benchmarkingu

Negocjowanie transakcji globalnych

Zasady przygotowania negocjacji globalnych - miejsce, czas, zakres i fazy negocjacji globalnych; style negocjacyjne; różnice kulturowe i ich wpływ na negocjacje globalne

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej

Rugman Alan, Collinson S., International Business, Pearson 2012

Yves L. Doz, Gary Hamel, Alianse strategiczne przedsiębiorstw, 2006;

Cyglar J., Alianse strategiczne, Warszawa 2002

Stonehouse G., Hamill J., Campbell D.,

Puride T., Globalizacja. Strategia i zarządzanie, Warszawa 2001;

Porter M. E., Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów, 2010;

Porter M. E., Porter o konkurencji, PWE, Warszawa 2001

Kontakt

ekojuku@univ.gda.pl,