

Nazwa przedmiotu		Zarządzanie w biznesie międzynarodowym					Kod ECTS	14.3.E.KL.2453			
							Pkt.ECTS	3			
Jednostka prowadząca przedmiot		IHZ	Nazwa kierunku		MSG	Nazwa specjalności		BRAK;			
Nazwisko prowadzącego		dr Katarzyna Bałandynowicz-Panfil									
Forma zajęć/Liczba godzin											
Wykład	8	Ćwiczenia	8	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		3 NS1,			
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):				18		Semestr:		6,			
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):				53		Status przedmiotu:		Obligatoryjny			
Sumaryczna liczba godzin:				71		Język wykładowy:		polski			
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia w sali dydaktycznej. Wydział Ekonomiczny									
Metody dydaktyczne		Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących, Aktywność w grupach, współpraca, Studia przypadków,									
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi											
Wymagania formalne		Międzynarodowe transakcje gospodarcze, marketing międzynarodowy, podstawy zarządzania.									
Wymagania wstępne		Wiedza na temat zarządzania przedsiębiorstwem działającym na rynku krajowym, zasad funkcjonowania poszczególnych obszarów funkcjonalnych oraz wewnętrznych i zewnętrznych uwarunkowań prowadzenia działalności biznesowej.									
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny											
Sposób zaliczenia		Egzamin									
Kryteria oceny		Egzamin końcowy z przedmiotu ma formę testu wielokrotnego wyboru. Ocena z ćwiczeń: kolokwium w formie pisemnej (50%), aktywność na zajęciach (50%). Ocena końcowa jest wystawiana zgodnie z regulaminem studiów.									
Cele przedmiotu											
Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawami zarządzania przedsiębiorstwem na rynku międzynarodowym.											
Efekty kształcenia się											
Wiedza	MSG1_W03	Student dysponuje podstawową wiedzą na temat struktur i instytucji ekonomicznych, w tym podmiotów gospodarczych działających na skalę międzynarodową.									
	MSG1_W06	Student dysponuje podstawową i uporządkowaną wiedzą z zakresu podstawowych obszarów funkcjonowania współczesnego przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym.									
	MSG1_W07	Student posiada podstawową wiedzę o człowieku, jako jednostce podejmującej decyzje ekonomiczne, działającym w strukturach społecznych i jednostkach organizacyjnych, oraz o znaczeniu różnic kulturowych w zarządzaniu przedsiębiorstwem międzynarodowym i metodach promowania współpracy pomiędzy pracownikami przedsiębiorstw międzynarodowych.									
	MSG1_W09	Student ma podstawową wiedzę z zakresu teorii wyjaśniających zachowanie przedsiębiorstw i instytucji na rynku międzynarodowym, w tym wiedzę z zakresu teorii kosztów transakcyjnych, teorii zasobowej oraz teorii gier.									
	MSG1_W14	Student ma podstawową wiedzę z zakresu zarządzania podmiotem gospodarczym na rynku międzynarodowym, w tym wiedzę z zakresu koncepcji i narzędzi marketingowych wykorzystywanych w tym zarządzaniu.									
	MSG1_W15	Student posiada wiedzę dotyczącą zarządzania przedsiębiorstwami w otoczeniu krajowym i międzynarodowym, ze szczególnym uwzględnieniem Unii Europejskiej.									
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
MSG1_W03	X		X					X	X		
MSG1_W06	X		X					X	X		
MSG1_W07	X		X					X	X		
MSG1_W09	X		X					X	X		
MSG1_W14	X		X					X	X		
MSG1_W15	X		X					X	X		
Umiejętności	MSG1_U01	Student potrafi identyfikować i analizować relacje występujące między podmiotami gospodarczymi a innymi instytucjami mającymi wpływ na działalność przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym, posiada umiejętność rozumienia zależności pomiędzy podmiotami wchodzącymi w skład otoczenia krajowego i międzynarodowego.									
	MSG1_U06	Student potrafi wykorzystywać podstawowe metody i narzędzia z zakresu teorii ekonomicznych i społecznych w celu diagnozowania procesów gospodarczych, w szczególności student potrafi przewidzieć konsekwencje decyzji podejmowanych przez zarządy przedsiębiorstw międzynarodowych dla ich rozwoju rynkowego.									
	MSG1_U07	Student potrafi identyfikować i analizować relacje występujące między podmiotami gospodarczymi a innymi instytucjami, wchodzącymi w skład otoczenia krajowego i międzynarodowego i posiada umiejętność ich rozumienia.									
	MSG1_U08	Student prawidłowo wykorzystuje zdobytą wiedzę do analizowania przyczyn oraz przebiegu procesów umiędzynarodawiania działalności przedsiębiorstw. W oparciu o poznane narzędzia identyfikacji, w tym narzędzia marketingowe, potrafi dokonać prawidłowej oceny stosowanych przez przedsiębiorstwa międzynarodowe strategii zarządzania.									
	MSG1_U13	Student posiada umiejętność prezentowania własnego stanowiska dotyczącego zarządzania przedsiębiorstwem na rynku międzynarodowym, popierając je argumentacją opartą na wybranych teoriach i danych statystycznych.									
	MSG1_U15	Student rozumie i prawidłowo identyfikuje związki pomiędzy otoczeniem i przedsiębiorstwem, prowadzącym działalność na rynkach międzynarodowych. W oparciu o posiadaną wiedzę, potrafi dokonywać samodzielnej oceny strategii w oparciu o studia przypadków oraz we współpracy z innymi, umiejętnie opracowuje i prezentuje stanowisko własne i grupy w zakresie analizy strategii działalności międzynarodowej wybranego podmiotu gospodarczego.									
<b>Weryfikacja efektów kształcenia - Umiejętności</b>											
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
MSG1_U01	X		X					X	X		
MSG1_U06	X		X					X	X		
MSG1_U07	X		X					X	X		
MSG1_U08	X		X					X	X		
MSG1_U13	X		X					X	X		
MSG1_U15	X		X					X	X		
Kompetencje	MSG1_K02	Student uczestniczy w przygotowaniu wspólnych projektów oceny strategii działania przedsiębiorstw międzynarodowych w perspektywie konieczności stałego monitoringu dynamicznie zmieniających się uwarunkowań społecznych i ekonomicznych.									
	MSG1_K03	Student w sposób właściwy komunikuje się z otoczeniem, potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania oraz ponosić									

		odpowiedzialność za podejmowane działania.
	MSG1_K04	Student zna ograniczenia własnej wiedzy oraz umiejętności z zakresu zarządzania w biznesie międzynarodowym i rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie oraz pogłębiania i uzupełniania nabytej wiedzy i umiejętności; wyznacza kierunki własnego rozwoju i uczenia się.
	MSG1_K06	Student potrafi współpracować w zespole, w tym przyjmować różne role zespołowe, posiada elementarne umiejętności organizacyjne, które pozwalają na realizację celów związanych z projektowaniem i podejmowaniem działań na rzecz pogłębienia wiedzy w dziedzinie zarządzania w biznesie międzynarodowym.
	MSG1_K07	Student prawidłowo interpretuje zachowania przedsiębiorstw międzynarodowych. W prowadzonych dyskusjach wykazuje umiejętność uwzględniania różnic kulturowych, występujących na poszczególnych rynkach lokalnych dla optymalizacji funkcjonowania przedsiębiorstw międzynarodowych.

**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
MSG1_K02								X	X		
MSG1_K03								X	X		
MSG1_K04								X	X		
MSG1_K06								X	X		
MSG1_K07								X	X		

**Treści programowe**
**Wykłady:**

1. Strategiczne uwarunkowania biznesu międzynarodowego
  - Podmioty na rynku międzynarodowym
  - Definicje przedsiębiorstwa międzynarodowego, internacjonalizacji i globalizacji
  - Uwarunkowania historyczne biznesu międzynarodowego
  - Znaczenie technologii dla biznesu międzynarodowego
  
2. Wpływ globalizacji na rozwój przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym
  - wewnętrzne i zewnętrzne uwarunkowania strategii rozwoju
  - czynniki globalizacji gospodarczej
  - etapy rozwoju współczesnej globalizacji
  - globalizacja vs. regionalizacja
  
3. Przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym
  - wpływ i przejawy globalizacji na poziomie przedsiębiorstw
  - teorie firmy międzynarodowej
  - koncepcje teoretyczne - perspektywa ekonomiczna, organizacyjna i instytucjonalna
  - definicja, charakterystyka i znaczenie korporacji transnarodowych
  
4. Zarządzanie strategiczne w obliczu globalizacji
  - opcje wzrostu/rozwoju przedsiębiorstw
  - proces zarządzania strategicznego
  - metody portfelowe w analizie strategii
  
5. Konkurencyjność przedsiębiorstw
  - metody konkurowania na rynkach międzynarodowych
  - analiza strategiczna
  - mapa interesariuszy
  - łańcuch wartości

6. Planowanie strategiczne w perspektywie międzynarodowej
- struktura organizacyjna
  - strategie międzynarodowe a struktura przedsiębiorstw
  - perspektywy rozwoju polskich firm na rynku międzynarodowym

**Ćwiczenia:**

1. Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstw

- definicje
- współczesne trendy
- układ sieciowy i fragmentaryzacja
- motywy internacjonalizacji przedsiębiorstw

2. Korporacje transnarodowe:

- definicje
- charakterystyka w oparciu o rankingi największych KTN
- wskaźniki stopnia umiędzynarodowienia przedsiębiorstw
- znaczenie strategicznych kibiców

3. Studium przypadku: Wybór strategii działania przedsiębiorstw w środowisku międzynarodowym:

- orientacje strategiczne
- planowanie strategiczne
- strategie wejścia na rynki zagraniczne

4. Studium przypadku: Strategie umiędzynarodawiania w obszarze badań i rozwoju przedsiębiorstwa:

- podstawowe trendy w światowych R&D
- uwarunkowania wyboru lokalizacji nowej inwestycji R&D
- rola spółek zależnych
- modele rozwoju innowacji

5. Studium przypadku: Łańcuch dostaw jako kluczowy obszar zarządzania w przedsiębiorstwach międzynarodowych:

- integracja i koordynacja w ramach łańcucha wartości firm międzynarodowych
- znaczenie logistyki w procesie produkcji
- outsourcing i offshoring
- ryzyko i bezpieczeństwo w działalności przedsiębiorstw międzynarodowych

6. Studium przypadku: Struktury organizacyjne i uwarunkowania kulturowe

- strategie konkurencji przedsiębiorstw międzynarodowych
- zastosowanie modeli organizacyjnych
- znaczenie uwarunkowań kulturowych w strategiach działalności międzynarodowej

7. Kolokwium.

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej

Lektury obowiązkowe:

1. J. Rymarczyk, Biznes międzynarodowy, PWE, Warszawa 2012
2. M. Gorynia, Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw, PWE, Warszawa 2007
3. K. Oblój, Strategia organizacji, PWE, Warszawa 2007

Lektury uzupełniające:

1. P. Ghemawat, Regional Strategies for Global Leadership, Harvard Business Review, December 2005
2. M. Rozkwitalska, Zarządzanie międzynarodowe, Warszawa 2007
3. G. S. Yip, Strategia globalna, PWE, Warszawa 2004
4. A. Tubilewicz, Zarządzanie strategiczne w biznesie międzynarodowym, WNT, 2004
5. K. Bałandynowicz-Panfil, Wpływ zgodności kulturowej podmiotów na procesy połączeniowe w sektorze bankowym (w:) Problemy współczesnej gospodarki światowej, red. H. Treder, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Sopot 2004
6. R. Koszewski, Konsorcja eksportowe jako instrument aktywizacji polskiego eksportu dla małych i średnich przedsiębiorstw, Wydawnictwo UG, Gdańsk 2011

Kontakt

[k.balandynowicz@ug.edu.pl](mailto:k.balandynowicz@ug.edu.pl)

