

| | | | | | | | | | | | |
|--|----|--|----------------|---------------|--------------------|-------------------------|----------------|------------------|---|-----------|---|
| Nazwa przedmiotu | | Strategie przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych | | | | Kod ECTS | 14.6.E.SZ.3080 | | | | |
| | | | | | | Pkt.ECTS | 3 | | | | |
| Jednostka prowadząca przedmiot | | OBIE | Nazwa kierunku | MSG | Nazwa specjalności | | PwBM; | | | | |
| Nazwisko prowadzącego | | dr Maciej Krzemiński | | | | | | | | | |
| Forma zajęć/Liczba godzin | | | | | | | | | | | |
| Wykład | 30 | Ćwiczenia | | Konwersatoria | 0 | Laboratoria komputerowe | 0 | Seminaria | 0 | Lektoraty | 0 |
| Forma aktywności | | | | | | Rok i rodzaj studiów: | | 3 SS1, | | | |
| Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne): | | | | | | Semestr: | | 5, | | | |
| Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta): | | | | | | Status przedmiotu: | | Obligatoryjny | | | |
| Sumaryczna liczba godzin: | | | | | | 0 | | Język wykładowy: | | polski | |
| Sposób realizacji zajęć | | Zajęcia w sali dydaktycznej. | | | | | | | | | |
| Metody dydaktyczne | | Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących, Studia przypadków, Aktywność w grupach, współpraca, | | | | | | | | | |
| Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi | | | | | | | | | | | |
| Wymagania formalne | | Mikroekonomia. | | | | | | | | | |
| Wymagania wstępne | | Student musi potrafić dokonywać obserwacji i analizować procesy gospodarcze. Powinien też potrafić współpracować w zespole. | | | | | | | | | |
| Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny | | | | | | | | | | | |
| Sposób zaliczenia | | Zaliczenie na ocenę | | | | | | | | | |
| Kryteria oceny | | <p>Zaliczenie przedmiotu przyjmuje formę studium przypadku oraz egzaminu. Ocena końcowa ustalana jest jako średnia arytmetyczna ocen za studium przypadku i z egzaminu. Studium przypadku jest przygotowywane przez studentów w grupach 2-3 osobowych i przedstawiane podczas zajęć. Studium przypadku przygotowywane jest na podstawie ogólnodostępnych informacji na temat internacjonalizacji wybranego polskiego przedsiębiorstwa. Ocena za studium przypadku uzależniona jest od zakresu omówienia form zagranicznej ekspansji danego przedsiębiorstwa oraz wykorzystania wiedzy teoretycznej.</p> <p>Egzamin w formie testu oceniany jest według następujących kryteriów:</p> <p>91%-100% bardzo dobry</p> <p>81%-90% dobry plus</p> <p>71%-80% dobry</p> <p>61%-70% dostateczny plus</p> <p>51%-60% dostateczny</p> <p>poniżej 51% niedostateczny</p> | | | | | | | | | |
| Cele przedmiotu | | | | | | | | | | | |
| Zapoznanie studentów z teorią i praktyką formułowania i stosowania strategii w przedsiębiorstwach działających na rynkach zagranicznych. | | | | | | | | | | | |
| Efekty kształcenia się | | | | | | | | | | | |
| Wiedza | | Student w ramach przedmiotu zdobywa wiedzę na temat form zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw oraz metody podejmowania decyzji związanych z tego typu ekspansją. Definiuje różne ujęcia teorii internacjonalizacji przedsiębiorstw oraz metody analityczne przydatne w wyborze odpowiedniej w określonych warunkach formy zagranicznej ekspansji przedsiębiorstwa. Student definiuje rekomendacje, które zwiększają prawdopodobieństwo uzyskania satysfakcjonujących wyników prowadząc działalność gospodarczą na rynkach międzynarodowych. Ilustrując wiedzę teoretyczną przykładami, potrafi przedstawić koncepcje ekspansji przedsiębiorstw w praktyce | | | | | | | | | |
| Umiejętności | | Po ukończeniu kursu student potrafi wykorzystać w praktyce wiedzę teoretyczną w zakresie biznesu międzynarodowego. Wiedza na temat podstawowych form zagranicznej | | | | | | | | | |

| | | |
|--------------------|--|---|
| | | ekspansji przedsiębiorstw pozwala studentowi na wskazanie czynników decydujących o wyborze określonych strategii ekspansji. Dzięki analizie studiów przypadków zagranicznej ekspansji polskich przedsiębiorstw student nabywa umiejętności identyfikacji warunków, w jakich sprawdzają się poszczególne formy zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw. Student ocenia wpływ instytucji otoczenia biznesu na działalność podmiotów w innych krajach. |
| Kompetencje | | Poprzez przygotowanie studiów przypadków w grupach 2-3 osobowych student rozwija umiejętność współdziałania. Współpraca w zespole, a następnie prezentacja rozwija jego zdolność komunikowania się z otoczeniem. Dzięki zdobytej wiedzy i kompetencjom student prawidłowo identyfikuje dylematy związane z wyborem formy międzynarodowej ekspansji przedsiębiorstw. Student jest przygotowany do pracy zarówno w przedsiębiorstwach prywatnych, jak i do prowadzenia działalności gospodarczej na rynkach międzynarodowych. W ramach zadań grupowych bierze udział w ocenie współczesnych wyzwań globalnych i regionalnych wpływających na internacjonalizację działalności gospodarczej. Zapoznanie się z przykładami polskich przedsiębiorstw rozwijających działalność międzynarodową, pobudza swoją przedsiębiorczość |

Treści programowe

1. Strategie i zarządzanie strategiczne w biznesie międzynarodowym - zasady i determinanty zarządzania strategicznego. Rola globalizacji. Przedsiębiorstwa transnarodowe.
2. Przyczyny zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw: model Portera; model Yipa; motywy zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw
3. Strategia zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw: definicje i poziomy strategii; strategia internacjonalizacji; rodzaje strategii internacjonalizacji; strategia globalna.
4. Formy zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw: eksport; licencjonowanie; franchising; kontrakty menedżerskie; kontrakty "pod klucz"; kontrakty na poddostawy; joint ventures; własne filie i oddziały na rynkach zagranicznych.
5. Metody wyboru formy zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw: kryteria wyboru strategii wejścia na rynki zagraniczne; metody wyboru oparte na rachunku ekonomicznym; metody wyboru oparte na etapie rozwoju i fazie internacjonalizacji; metody wyboru wielokryteriewego.
6. Sojusze i alianse strategiczne. Cele tworzenia, typy. Korzyści i zagrożenia dla przedsiębiorstw i otoczenia.
7. Wyjaśnienia teoretyczne zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw: teoria handlu międzynarodowego a internacjonalizacja przedsiębiorstw; teoria zagranicznych inwestycji bezpośrednich a internacjonalizacja przedsiębiorstw
8. Struktury organizacyjne przedsiębiorstw globalnych. Kultura korporacyjna tego typu przedsiębiorstw. Cechy wspólne i różnice. Ujęcie modelowe i praktyczne. Integracja pozioma i pionowa procesów produkcyjnych.
9. Specyfika marketingu w przedsiębiorstwach transnarodowych.
10. Specyfika zarządzania zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwach transnarodowych.
11. Rola Zagranicznych Inwestycji Bezpośrednich dla w gospodarce globalnej.

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej

Obowiązkowa:

1. Przedsiębiorstwo. Drogi sukcesu rynkowego. Red. J. Żurek, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2016.
2. Rugman Alan, Collinson S., International Business, Pearson 2012
3. Gierszewska G., Romanowska M., Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa 2009;
4. M. Gorynia, Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw, PWE, Warszawa 2007 A. Stępiak, Strategie przedsiębiorstw na obszarze UE w zakresie zagranicznych inwestycji bezpośrednich, UG, Gdańsk 2005
5. M. Rozkwitalska, Zarządzanie międzynarodowe, Difin, Warszawa 2007 J.
6. Rymarczyk, Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstw, PWE, Warszawa 2004
7. Gutowski T., Rozwój przedsiębiorstwa we współczesnej gospodarce, (w:) Gospodarka elektroniczna - współczesne przedsiębiorstwo na rynku globalnym. Seria: Współczesna Gospodarka, nr 1. Red. J. Winiarski, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2010



Kontakt

m.krzeminski@univ.gda.pl,