

Nazwa przedmiotu		Strategie przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych				Kod ECTS	14.6.E.SZ.3091				
						Pkt.ECTS	3				
Jednostka prowadząca przedmiot	OBIE	Nazwa kierunku	MSG	Nazwa specjalności	PwBM;						
Nazwisko prowadzącego	dr Maciej Krzemiński										
Forma zajęć/Liczba godzin											
Wykład	14	Ćwiczenia	0	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):						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											
Efekty kształcenia się											
Treści programowe											
<ol style="list-style-type: none"> <li>Strategie i zarządzanie strategiczne w biznesie międzynarodowym - zasady i determinanty zarządzania strategicznego. Rola globalizacji. Przedsiębiorstwa transnarodowe.</li> <li>Przyczyny zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw: model Portera; model Yipa; motywy zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw</li> <li>Strategia zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw: definicje i poziomy strategii; strategia internacjonalizacji; rodzaje strategii internacjonalizacji; strategia globalna.</li> <li>Formy zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw: eksport; licencjonowanie; franchising; kontrakty menedżerskie;</li> </ol>											

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. Stępniaak, 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](mailto:m.krzeminski@univ.gda.pl),