

Nazwa przedmiotu		Zarządzanie międzynarodowe				Kod ECTS	14.3.E.SL.3582				
						Pkt.ECTS	3				
Jednostka prowadząca przedmiot		KEMiRG	Nazwa kierunku		Ekonomia	Nazwa specjalności		BI;			
Nazwisko prowadzącego		prof. UG dr hab. Joanna Kuczevska									
Forma zajęć/Liczba godzin											
Wykład	15	Ćwiczenia	0	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):				30		Semestr:		4,			
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):				45		Status przedmiotu:		Obligatoryjny			
Sumaryczna liczba godzin:				75		Język wykładowy:		polski			
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia w sali dydaktycznej.									
Metody dydaktyczne		Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Studia przypadków, Aktywność w grupach, współpraca,									
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi											
Wymagania formalne		Mikroekonomia. Podstawy zarządzania strategicznego. Marketing.									
Wymagania wstępne		Znajomość podstw: teorii kosztów, podejmowania decyzji rynkowych oraz cechy charakterystyczne struktur rynku; podstawy analizy startegicznej, elementy marketingu mix.									
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny											
Sposób zaliczenia		Egzamin									
Kryteria oceny		Przygotowanie projektu - studium przypadku. Celem projektu jest opracowanie zagadnień związanych z zarządzaniem w dowolnie wybranej korporacji globalnej wg następującego planu: 1. Cechy charakterystyczne korporacji globalnej plus krótka historia powstania 2. Sposoby wchodzenia na rynki zagraniczne (2 przykłady: cechy danego sposobu wejścia na rynek, analiza efektów pozytywnych i negatywnych) 3. Sojusze strategiczne (2 przykłady: identyfikacja cech sojuszu, forma sojuszu, typ sojuszu, efekty pozytywne i negatywne) 4. Struktury organizacyjne korporacji ( identyfikacja struktury; efekty pozytywne i negatywne) 5. Strategia globalna (pozycjonowanie konkurencyjne - 5 sił Portera i kluczowe kompetencje - łańcuch wartości Portera) 6. Strategia globalna c.d. - wybór celów strategicznych i strategii globalnej 7. Marketing globalny (wybór elementów marketingu mix; kampanie udane i nieudane) Pisemny egzamin: pytania otwarte obejmujące treści przedmiotu									
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 uczenia się											
Wiedza	E2_W02	Student ma pogłębioną wiedzę o funkcjonowaniu korporacji globalnych i ich powiązaniach z grupami interesariuszy									
	E2_W03	Student posiada wiedzę w zakresie relacji i mechanizmów zarządzania oraz współpracy korporacji globalnych; prawidłowo identyfikuje metody, narzędzia i mechanizmy zarządzania strategicznego z uwzględnieniem różnic kulturowych									
	E2_W04	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 i oczekiwaniami interesariuszy zewnętrznych									
Weryfikacja efektów uczenia się - 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_W02								X	X	X	
E2_W03								X	X	X	
E2_W04								X	X	X	
E2_W08								X	X	X	

Umiejętności	E2_U01	Student potrafi twórczo interpretować zachowania korporacji globalnych, korzystając z posiadanej wiedzy z zakresu ekonomii i nauk o zarządzaniu
	E2_U02	Student posiada umiejętność analizy procesów zarządzania międzynarodowego, diagnozowania przyczyn i efektów tych procesów
	E2_U07	Student potrafi samodzielnie formułować cele strategiczne funkcjonowania korporacji globalnych wykorzystując adekwatne metody oceny otoczenia biznesowego i aktywów strategicznych
	E2_U08	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_U10	Student posiada pogłębioną umiejętność przygotowania i zaprezentowania projektu biznesowego w formie wystąpień ustnych
	E2_U14	Student posiada umiejętność samodzielnego proponowania rozwiązań konkretnego problemu biznesowego
	E2_U15	Student posiada umiejętność implementacji wiedzy teoretycznej w praktyce rozwiązując samodzielnie studia przypadków oraz potrafi samodzielnie zaprezentować wnioski płynące z własnych analiz

**Weryfikacja efektów uczenia się - 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_U07								X	X	X	
E2_U08								X	X	X	
E2_U10						X					
E2_U14								X	X	X	
E2_U15								X	X	X	

Kompetencje	E2_K02	Student ma świadomość posiadania wiedzy z zakresu zarządzania korporacjami globalnymi i potrafi zidentyfikować procesy zarządzania strategicznego w praktyce
	E2_K04	Student myśli i działa w sposób przedsiębiorczy; potrafi ocenić ryzyko i zagrożenia związane z pracą w korporacjach globalnych oraz znajdować sposoby przeciwdziałania ich skutkom
	E2_K05	Student prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań związane z funkcjonowaniem korporacji globalnych i potrafi przewidzieć skutki tych działań dla planowania własnej ścieżki kariery
	E2_K06	Student jest świadomy konieczności przestrzegania etyki biznesu i społecznej odpowiedzialności biznesu szczególnie w odniesieniu do pracy w środowisku wielokulturowym

**Weryfikacja efektów uczenia się - 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_K02								X	X	X	
E2_K04								X	X	X	
E2_K05								X	X	X	
E2_K06								X	X	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**
**Literatura obowiązkowa:**

Collinson, Narula, Rugman, Rugman & Qamar, *International Business*, 8th Edition, Pearson 2020 lub Rugman Alan, Collinson S., *International Business*, 7th edition Pearson 2013

Gorynia Marian, *Przedsiębiorstwo w biznesie międzynarodowym*. Aspekty ekonomiczne, finansowe i menedżerskie, PWN 2021

Kuczewska J., Szumal I. (2015), Alianse strategiczne w tworzeniu wartości przedsiębiorstwa, w: *Journal of Management and Finance (Zarządzanie i Finanse)*, vol. 13, nr 3, część 2

Kuczewska J. Benchmarking jako metoda diagnozy konkurencyjności przedsiębiorstw w klastrach, Wydawnictwo UG, 2020

**Literatura uzupełniająca:**

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

[joanna.kuczewska@ug.edu.pl](mailto:joanna.kuczewska@ug.edu.pl)