

**Karta przedmiotu**

Nazwa i kod przedmiotu	Strategie przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych (Wykład), PG_00119577						
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2023 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2025/2026				
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów				
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni				
Rok studiów	3	Język wykładowy	polski				
Semestr studiów	5	Liczba punktów ECTS	3.0				
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	egzamin				
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Polityki Transportowej i Integracji Gospodarczej						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Od odpowiedzialny za przedmiot	dr Aleksandra Gus-Puszczewicz					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu	dr Aleksandra Gus-Puszczewicz dr Maciej Krzemiński					
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów	Udział w konsultacjach	Praca własna studenta	RAZEM		
	Liczba godzin pracy studenta	30	0.0	0.0	30		
Cel przedmiotu	Zapoznanie studentów z teorią i praktyką formułowania i stosowania strategii w przedsiębiorstwach działających na rynkach zagranicznych.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[MSG3_U06] potrafi zidentyfikować wybrane rodzaje ryzyka związanego z działalnością międzynarodową przedsiębiorstw oraz prawidłowo ocenić ich konsekwencje	Student potrafi zidentyfikować wybraną strategię oraz ocenić ryzyko związane z działalnością międzynarodową przedsiębiorstw	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSG3_U04] wykorzystuje posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu ekonomii do analizy i oceny funkcjonowania podmiotów gospodarczych na rynku międzynarodowym, ze szczególnym uwzględnieniem rynku Unii Europejskiej	Student wykorzystuje posiadaną wiedzę teoretyczną do analizy i oceny funkcjonowania podmiotów gospodarczych na rynku międzynarodowym, ze szczególnym uwzględnieniem rynku Unii Europejskiej. Wszelkie wątpliwości omawia z prowadzącym podczas konsultacji	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSG3_W15] ma zaawansowaną wiedzę o zarządzaniu podmiotem gospodarczym na rynku międzynarodowym, zna i rozumie strategię oraz narzędzia marketingowe wykorzystywane w tym zarządzaniu	Student ma zaawansowaną wiedzę o zarządzaniu podmiotem gospodarczym na rynku międzynarodowym, zna i rozumie strategię oraz narzędzia marketingowe wykorzystywane w tym zarządzaniu	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[MSG3_W13] posiada uporządkowaną wiedzę dotyczącą funkcjonowania podmiotów gospodarczych w otoczeniu krajowym i międzynarodowym, ze szczególnym uwzględnieniem Unii Europejskiej	Student posiada uporządkowaną wiedzę dotyczącą funkcjonowania podmiotów gospodarczych na rynkach zagranicznych ze szczególnym uwzględnieniem Unii Europejskiej	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSG3_W06] zna i rozumie relacje między podmiotami gospodarczymi i instytucjami publicznymi funkcjonującymi w sferze krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej	Student zna i rozumie relacje między podmiotami gospodarczymi i instytucjami publicznymi funkcjonującymi w sferze krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW5] realizacja zadania problemowego
	[MSG3_W05] zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia oraz rozwoju różnych form przedsiębiorczości	student zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia różnych strategii zależnych od form i etapów rozwoju przedsiębiorczości	[SW5] realizacja zadania problemowego
	[MSG3_W04] ma zaawansowaną wiedzę o różnych rodzajach i istotnych elementach struktur podmiotów i organizacji gospodarczych oraz instytucji publicznych	student ma zaawansowaną wiedzę o różnych rodzajach strategii przedsiębiorstw dostosowanych do otoczenia funkcjonowania przedsiębiorstwa, Wszelkie wątpliwości omawia z prowadzącym podczas konsultacji	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport

Treści przedmiotu	<p>1. Strategie i zarządzanie strategiczne w biznesie międzynarodowym - zasady i determinanty zarządzania strategicznego. Rola globalizacji. Przedsiębiorstwa transnarodowe.</p> <p>2. Przyczyny zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw: model Portera; model Yipa; motywy zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw</p> <p>3. Strategia zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw: definicje i poziomy strategii; strategia internacjonalizacji; rodzaje strategii internacjonalizacji; strategia globalna.</p> <p>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.</p> <p>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 wielokryteriowego.</p> <p>6. Sojusze i alianse strategiczne. Cele tworzenia, typy. Korzyści i zagrożenia dla przedsiębiorstw i otoczenia.</p> <p>7. Wyjaśnienia teoretyczne zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw: teoria handlu międzynarodowego a internacjonalizacja przedsiębiorstw; teoria zagranicznych inwestycji bezpośrednich a internacjonalizacja przedsiębiorstw</p> <p>8. Struktury organizacyjne przedsiębiorstw globalnych. Kultura korporacyjna tego typu przedsiębiorstw. Cechy wspólne i różnice. Ujęcie modelowe i praktyczne. Integracja pozioma i pionowa procesów produkcyjnych.</p> <p>9. Specyfika marketingu w przedsiębiorstwach transnarodowych. 10. Specyfika zarządzania zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwach transnarodowych.</p>								
Wymagania wstępne i dodatkowe	Mikroekonomia.								
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Sposób oceniania (składowe)</th> <th>Próg zaliczeniowy</th> <th>Składowa oceny końcowej</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Egzamin</td> <td>51.0%</td> <td>100.0%</td> </tr> </tbody> </table>	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	Egzamin	51.0%	100.0%		
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej							
Egzamin	51.0%	100.0%							
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<p>1. Zakrzewska - Bielawska Agnieszka. Strategie rozwoju przedsiębiorstw. Nowe spojrzenie. PWE, Warszawa 2018</p> <p>2. Przedsiębiorstwo. Drogi sukcesu rynkowego. Red. J. Żurek, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2016.</p> <p>3. Rugman Alan, Collinson S., International Business, Pearson 2012</p> <p>4. Gierszewska G., Romanowska M., Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa 2009;</p> <p>5. M. Gorynia, Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw, PWE, Warszawa 2007 A. Stępnik, Strategie przedsiębiorstw na obszarze UE w zakresie zagranicznych inwestycji bezpośrednich, UG, Gdańsk 2005</p> <p>6. M. Rozkwitalska, Zarządzanie międzynarodowe, Difin, Warszawa 2007 J.</p> <p>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</p>							

	Uzupelniajaca lista lektur	Rymarczyk, Internacjonalizacja i globalizacja przedsiebiorstw, PWE, Warszawa 2004
	Adresy eZasobow	
Przykladowe zagadnienia/ przykladowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.