

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Zarządzanie międzynarodowe (Wykład), PG_00171451						
Kierunek studiów	Ekonomia (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć specjalnościowych		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		3.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		egzamin		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Ekonomii Międzynarodowej i Rozwoju Gospodarczego						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr hab. Joanna Kuczevska				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	0.0	0.0	0.0	0.0	15
	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	15		10.0		50.0	75
Cel 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 przedmiotu	Effekt kierunkowy	Effekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[EKONMU2_U15] potrafi samodzielnie uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności ekonomiczne, jest otwarty na nowe pomysły i techniki, ma skłonność do nauki każdą metodą oraz skłonność do interakcji z innymi uczestnikami procesu uczenia się	Student posiada umiejętność implementacji wiedzy teoretycznej w praktyce rozwiązując samodzielnie studia przypadków oraz potrafi samodzielnie zaprezentować wnioski płynące z własnych analiz	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[EKONMU2_K06] jest gotów przestrzegać i rozwijać w życiu zawodowym zasady etyki biznesu i społecznej odpowiedzialności biznesu, szanować innych, być osobą lojalną wobec pracodawcy, uwzględniając zmieniające się potrzeby społeczne	Student jest świadomy konieczności przestrzegania etyki biznesu i społecznej odpowiedzialności biznesu szczególnie w odniesieniu do pracy w środowisku wielokulturowym	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[EKONMU2_U01] potrafi twórczo interpretować i wyjaśniać zjawiska gospodarcze i społeczne oraz relacje między tymi zjawiskami, korzystając z posiadanej wiedzy z zakresu ekonomii, finansów i nauk o zarządzaniu	Student potrafi twórczo interpretować zachowania korporacji globalnych, korzystając z posiadanej wiedzy z zakresu ekonomii i nauk o zarządzaniu	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[EKONMU2_U08] potrafi samodzielnie analizować zjawiska i procesy gospodarcze i społeczne, posiada umiejętność pogłębionej teoretycznej oceny tych zjawisk, z zastosowaniem odpowiednio dobranej metody badawczej	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	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[EKONMU2_K04] jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, nabywa odporność na porażki, umie ocenić ryzyko i zagrożenia oraz znajdować sposoby przeciwdziałania ich skutkom	Student myśli i działa w sposób przedsiębiorczy; potrafi ocenić ryzyko i zagrożenia związane z pracą w korporacjach globalnych oraz znajdować sposoby przeciwdziałania ich skutkom	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[EKONMU2_W04] zna różne rodzaje więzi gospodarczych i społecznych oraz występujące między nimi prawidłowości, ma pogłębioną wiedzę w zakresie więzi gospodarczych i finansowych łączących przedsiębiorstwa	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	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[EKONMU2_W03] ma pogłębioną wiedzę o relacjach między zjawiskami, podmiotami i organizacjami gospodarczymi oraz instytucjami publicznymi funkcjonującymi w sferze krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej	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	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[EKONMU2_W08] ma pogłębioną wiedzę o procesach zachodzących w przedsiębiorstwach oraz organizacjach gospodarczych i na styku z obszarami pokrewnymi, a także o procesach zmian instytucji publicznych, zna metody badania prawidłowości rządzących tymi zmianami, uwzględniając wpływ na nie interesariuszy zewnętrznych	Student prawidłowo interpretuje i dobiera narzędzia oraz techniki zarządzania w przedsiębiorstwie globalnych zgodnie z wymaganiami zmieniającego się otoczenia i oczekiwaniami interesariuszy zewnętrznych	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[EKONMU2_W02] ma pogłębioną wiedzę o różnych rodzajach istniejących podmiotów i organizacji gospodarczych oraz poszerzoną wiedzę o instytucjach publicznych	Student ma pogłębioną wiedzę o funkcjonowaniu korporacji globalnych i ich powiązaniach z grupami interesariuszy	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport

	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[EKONMU2_U14] potrafi odpowiednio określać priorytety oraz planować i organizować zadania związane z ich realizacją, a także monitorować i oceniać postępy	Student posiada umiejętność samodzielnego proponowania rozwiązań konkretnego problemu biznesowego	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[EKONMU2_U10] posiada pogłębioną umiejętność przygotowania specjalistycznych wystąpień ustnych, w języku polskim i języku obcym z problematyki gospodarczej i społecznej, z wykorzystaniem specjalistycznych ujęć teoretycznych, zasad gromadzenia różnych źródeł danych, ich opisu i interpretacji oraz wnioskowania na bazie literatury naukowej, potrafi przygotować i poprowadzić debatę	Student posiada pogłębioną umiejętność przygotowania i zaprezentowania projektu biznesowego w formie wystąpień ustnych	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[EKONMU2_U07] potrafi samodzielnie proponować rozwiązania złożonego problemu gospodarczego lub społecznego, dobrać metody analizy i przeprowadzenia rozstrzygających procedur w tym zakresie	Student potrafi samodzielnie formułować cele strategiczne funkcjonowania korporacji globalnych wykorzystując adekwatne metody oceny otoczenia biznesowego i aktywów strategicznych	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[EKONMU2_K05] prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań związane z wykonywaniem zawodu	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	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[EKONMU2_K02] ma świadomość poziomu swojej wiedzy w obszarze ekonomii, rozumie potrzebę pogłębiania oraz aktualizowania tej wiedzy przez całe życie	Student ma świadomość posiadania wiedzy z zakresu zarządzania korporacjami globalnymi i potrafi zidentyfikować procesy zarządzania strategicznego w praktyce	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[EKONMU2_U02] potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do opisu i analizowania przyczyn i przebiegu procesów i zjawisk gospodarczych i społecznych oraz potrafi formułować własne opinie i krytycznie dobrać dane i metody analiz na podstawie dorobku nauk ekonomicznych i społecznych	Student posiada umiejętność analizy procesów zarządzania międzynarodowego, diagnozowania przyczyn i efektów tych procesów	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport

Treści przedmiotu	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		
	Wątpliwości powstałe na etapie rozwiązywania zadania problemowego lub problemy interpretacyjne będą interpretowane i rozwiązywane podczas konsultacji.		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Mikroekonomia. Podstawy zarządzania strategicznego. Marketing.		
Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	projekt indywidualny lub w parach	50.0%	100.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	• 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 • Kuczevska 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 • Kuczevska J. Benchmarking jako metoda diagnozy konkurencyjności przedsiębiorstw w klastrach, Wydawnictwo UG, 2020
	Uzupełniająca lista lektur	• Yves L. Doz, Gary Hamel, Alianse strategiczne przedsiębiorstw, 2006; • Cygler 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
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	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	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.