

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Zarządzanie w biznesie międzynarodowym (Ćw. audytoryjne), PG_00172350						
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2027/2028		
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	6		Liczba punktów ECTS		1.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Zrównoważonych Procesów Rynkowych						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Katarzyna Bałandynowicz-Panfil				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	15.0	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		5.0		5.0	25
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawami zarządzania przedsiębiorstwem na rynku międzynarodowym.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[MSG3_U15] potrafi odpowiednio określać priorytety i planować oraz organizować zadania związane z ich realizacją, a także monitorować i oceniać postępy	student potrafi odpowiednio określać priorytety i planować oraz organizować zadania związane z ich realizacją, a także monitorować i oceniać postępy, zgodnie z zasadami zarządzania strategicznego w międzynarodowym środowisku	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego
	[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 przedsiębiorstwami międzynarodowymi, zna i rozumie strategię oraz narzędzia marketingowe w otoczeniu międzynarodowym. Szczegółowa ocena indywidualna poziomu wiedzy jest dyskutowana ze studentem na konsultacjach.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSG3_U14] potrafi współdziałać i pracować w grupie (w tym w środowisku międzynarodowym), przyjmując w niej różne role	student potrafi współdziałać i pracować zespołowo w międzynarodowej grupie, przyjmując w niej różne role inicjatora i wykonawcy działań	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego
	[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 międzynarodowych podmiotów gospodarczych, ze szczególnym uwzględnieniem rynku UE	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSG3_K05] prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań związane z wykonywaniem zawodu	student prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań związane z wykonywaniem zawodu w środowisku międzynarodowym	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[MSG3_W12] ma uporządkowaną wiedzę o naturze, sposobie funkcjonowania oraz źródłach zmian zachodzących w strukturach podmiotów i organizacji gospodarczych (w szczególności tych, które funkcjonują na rynku międzynarodowym), rozumie przyczyny, przebieg, skalę i konsekwencje tych zmian	student ma właściwie uporządkowaną wiedzę o sposobie funkcjonowania oraz źródłach zmian zachodzących w strukturach przedsiębiorstw międzynarodowych, rozumie przyczyny, przebieg, skalę i konsekwencje tych zmian w gospodarce globalnej	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW5] realizacja zadania problemowego
	[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 z zakresu ekonomii i zarządzania do analizy i oceny funkcjonowania przedsiębiorstw międzynarodowych, ze szczególnym uwzględnieniem zróżnicowanego rynku UE	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego
	[MSG3_W05] zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia oraz rozwoju różnych form przedsiębiorczości	student zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia oraz rozwoju różnych form przedsiębiorczości międzynarodowej	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport

Treści przedmiotu

1. Strategiczne uwarunkowania biznesu międzynarodowego
 - Podmioty na rynku międzynarodowym
 - Definicje przedsiębiorstwa międzynarodowego, internacjonalizacji i globalizacji
 - Uwarunkowania historyczne biznesu międzynarodowego
 - Znaczenie technologii dla biznesu międzynarodowego
2. Wpływ globalizacji na rozwój przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym
 - wewnętrzne i zewnętrzne uwarunkowania strategii rozwoju
 - czynniki globalizacji gospodarczej
 - etapy rozwoju współczesnej globalizacji
 - globalizacja vs. regionalizacja
3. Przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym
 - wpływ i przejawy globalizacji na poziomie przedsiębiorstw
 - teorie firmy międzynarodowej
 - koncepcje teoretyczne - perspektywa ekonomiczna, organizacyjna i instytucjonalna
 - definicja, charakterystyka i znaczenie korporacji transnarodowych
4. Zarządzanie strategiczne w obliczu globalizacji
 - opcje wzrostu/rozwoju przedsiębiorstw
 - proces zarządzania strategicznego
 - metody portfelowe w analizie strategii
5. Konkurencyjność przedsiębiorstw
 - metody konkurowania na rynkach międzynarodowych
 - analiza strategiczna
 - mapa interesariuszy
 - łańcuch wartości
6. Planowanie strategiczne w perspektywie międzynarodowej
 - struktura organizacyjna
 - strategie międzynarodowe a struktura przedsiębiorstw
 - perspektywy rozwoju polskich firm na rynku międzynarodowym

Ćwiczenia:

1. Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstw
 - definicje
 - współczesne trendy
 - układ sieciowy i fragmentaryzacja
 - motywy internacjonalizacji przedsiębiorstw
2. Korporacje transnarodowe:
 - definicje
 - charakterystyka w oparciu o rankingi największych KTN
 - wskaźniki stopnia umiędzynarodowienia przedsiębiorstw
 - znaczenie strategicznych kibiców
3. Studium przypadku: Wybór strategii działania przedsiębiorstw w środowisku międzynarodowym:
 - orientacje strategiczne
 - planowanie strategiczne
 - strategie wejścia na rynki zagraniczne
4. Studium przypadku: Strategie umiędzynarodawiania w obszarze badań i rozwoju przedsiębiorstwa:
 - podstawowe trendy w światowych R&D
 - uwarunkowania wyboru lokalizacji nowej inwestycji R&D
 - rola spółek zależnych
 - modele rozwoju innowacji

	5. Studium przypadku: Łańcuch dostaw jako kluczowy obszar zarządzania w przedsiębiorstwach międzynarodowych: - integracja i koordynacja w ramach łańcucha wartości firm międzynarodowych - znaczenie logistyki w procesie produkcji - outsourcing i offshoring - ryzyko i bezpieczeństwo w działalności przedsiębiorstw międzynarodowych 6. Studium przypadku: Struktury organizacyjne i uwarunkowania kulturowe - strategię konkurencji przedsiębiorstw międzynarodowych - zastosowanie modeli organizacyjnych - znaczenie uwarunkowań kulturowych w strategiach działalności międzynarodowej Opracowywane na zajęciach case studies są kolejno realizowane. W trakcie konsultacji studenci otrzymają szczegółowe informacje dotyczące oceny ich pracy. Będzie to również czas poświęcony na omawianie wstępnych pomysłów studentów co do kluczowych dylematów płynących ze studium przypadku.		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Wiedza na temat zarządzania przedsiębiorstwem działającym na rynku krajowym, zasad funkcjonowania poszczególnych obszarów funkcjonalnych oraz wewnętrznych i zewnętrznych uwarunkowań prowadzenia działalności biznesowej.		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	aktywność	10.0%	50.0%
	studium przypadku	15.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1. RYMARCYK Jan : <i>Biznes międzynarodowy</i> . Warszawa 2012. PWE. 2. GORYNIA Marian : <i>Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw</i> . Warszawa 2007. PWE. 3. OBŁÓJ Krzysztof: <i>Strategia organizacji</i> . Warszawa 2007. PWE,	
	Uzupełniająca lista lektur	1. GHEMAWAT Pankey : <i>Regional Strategies for Global Leadership</i> . December 2005. Harvard Business Review. 2. ROZKWITALSKA Małgorzata : <i>Zarządzanie międzynarodowe</i> . Warszawa 2007, PWE. 3. BAŁANDYNOWICZ-PANFIL Katarzyna ; <i>Wpływ zgodności kulturowej podmiotów na procesy połączeniowe w sektorze bankowym (w:) Problemy współczesnej gospodarki światowej</i> . Sopot 2004. Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego.	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Standaryzacja a adaptacji strategii przedsiębiorstw w środowisku międzynarodowym.		
	Znaczenie motywów umiędzynarodowienia dla budowania strategii przedsiębiorstw.		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.