

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Zarządzanie w biznesie międzynarodowym, PG_00199967						
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2028/2029		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	niestacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	3	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	5	Liczba punktów ECTS			4.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			egzamin		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Zrównoważonych Procesów Rynkowych						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Katarzyna Baładynowicz-Panfil				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	8.0	8.0	0.0	6.0	0.0	22
	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	22		0.0		78.0	100
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_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	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSG3_W13] posiada wiedzę dotyczącą funkcjonowania podmiotów gospodarczych w otoczeniu krajowym i międzynarodowym, ze szczególnym uwzględnieniem Unii Europejskiej	Student ma zaawansowaną wiedzę o zarządzaniu przedsiębiorstwami międzynarodowymi, zna i rozumie strategię oraz narzędzia marketingowe w otoczeniu międzynarodowym	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSG3_W12] ma 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 posiada uporządkowaną wiedzę dotyczącą funkcjonowania międzynarodowych podmiotów gospodarczych, ze szczególnym uwzględnieniem rynku UE	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSG3_W05] zna i rozumie zasady tworzenia oraz rozwoju różnych form przedsiębiorczości	Student zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia oraz rozwoju różnych form przedsiębiorczości międzynarodowej	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[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	[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[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	[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 z zakresu ekonomii i zarządzania do analizy i oceny funkcjonowania przedsiębiorstw międzynarodowych, ze szczególnym uwzględnieniem zróżnicowanego rynku UE	[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[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	[SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny

Treści przedmiotu	<p>1. Strategiczne uwarunkowania biznesu międzynarodowego</p> <ul style="list-style-type: none"> · Podmioty na rynku międzynarodowym · Definicje przedsiębiorstwa międzynarodowego, internacjonalizacji i globalizacji · Uwarunkowania historyczne biznesu międzynarodowego · Znaczenie technologii dla biznesu międzynarodowego <p>2. Wpływ globalizacji na rozwój przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym</p> <ul style="list-style-type: none"> · wewnętrzne i zewnętrzne uwarunkowania strategii rozwoju · czynniki globalizacji gospodarczej · etapy rozwoju współczesnej globalizacji · globalizacja vs. regionalizacja <p>3. Przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym</p> <ul style="list-style-type: none"> · wpływ i przejawy globalizacji na poziomie przedsiębiorstw · teorie firmy międzynarodowej · koncepcje teoretyczne - perspektywa ekonomiczna, organizacyjna i instytucjonalna · definicja, charakterystyka i znaczenie korporacji transnarodowych <p>4. Zarządzanie strategiczne w obliczu globalizacji</p> <ul style="list-style-type: none"> · opcje wzrostu/rozwoju przedsiębiorstw · proces zarządzania strategicznego · metody portfelowe w analizie strategii <p>5. Konkurencyjność przedsiębiorstw</p> <ul style="list-style-type: none"> · metody konkurowania na rynkach międzynarodowych · analiza strategiczna · mapa interesariuszy · łańcuch wartości <p>6. Planowanie strategiczne w perspektywie międzynarodowej</p> <ul style="list-style-type: none"> · struktura organizacyjna · strategie międzynarodowe a struktura przedsiębiorstw · perspektywy rozwoju polskich firm na rynku międzynarodowym <p>Wszelkie wątpliwości związane z tematyką zajęć oraz pytania dotyczące przerabianego materiału są omawiane w ramach konsultacji. Uczestnictwo w konsultacjach umożliwi wyjaśnienie problemów merytorycznych oraz pogłębienie zrozumienia zagadnień związanych z przedmiotem.</p>								
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	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 33%;">Sposób oceniania (składowe)</th> <th style="width: 33%;">Próg zaliczeniowy</th> <th style="width: 33%;">Składowa oceny końcowej</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>egzamin (test)</td> <td>51.0%</td> <td>100.0%</td> </tr> </tbody> </table>	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	egzamin (test)	51.0%	100.0%		
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej							
egzamin (test)	51.0%	100.0%							
Zalecana lista lektur	<p>Podstawowa lista lektur</p> <p>Uzupełniająca lista lektur</p> <p>Adresy eZasobów</p>	<p>1. RYMARCZYK Jan : <i>Biznes międzynarodowy</i>. Warszawa 2012. PWE.</p> <p>2. GORYNIA Marian : <i>Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw</i> . Warszawa 2007. PWE.</p> <p>3. OBŁÓJ Krzysztof. <i>Strategia organizacji</i>. Warszawa 2007. PWE,</p> <p>1. GHEMAWAT Pankey : <i>Regional Strategies for Global Leadership</i> . December 2005. Harvard Business Review.</p> <p>2. ROZKWITALSKA Małgorzata : <i>Zarządzanie międzynarodowe</i>. Warszawa 2007, PWE.</p> <p>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.</p>							
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<p>Standaryzacja i adaptacja strategii przedsiębiorstw międzynarodowych.</p> <p>Czynniki mające wpływ na motywacje przedsiębiorstw do umiędzynarodawiania działalności.</p>								
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy								

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.