Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Zarządzanie w biznesie międzynarodowym, PG_00200487						
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	stacjonarne		Sposób realizacji	na uczelni			
Rok studiów	3		Język wykładowy	polski			
Semestr studiów	6		Liczba punktów ECTS	3.0			
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 Bałandynowicz-Panfil				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	15.0	0.0	10.0	0.0	40
	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	40		0.0	35.0		75
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
	[MSGL3_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
	[MSGL3_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
	[MSGL3_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
	[MSGL3_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
	[MSGL3_W08] zna i rozumie różne dylematy współczesnej cywilizacji, w tym strategię zrównoważonego rozwoju i społeczną odpowiedzialność biznesu	Student zna i rozumie znaczenie zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności biznesu w zakresie działalności międzynarodowych przedsiębiorstw, co skutecznie wykorzystuje do realizacji zadań projektowych	[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[MSGL3_W15] ma zaawansowaną wiedzę o zarządzaniu podmiotem gospodarczym na rynku międzynarodowym, zna i rozumie strategie oraz narzędzia marketingowe wykorzystywane w tym zarządzaniu	Student ma zaawansowaną wiedzę o zarządzaniu przedsiębiorstwami międzynarodowymi, zna i rozumie strategie oraz narzędzia marketingowe w otoczeniu międzynarodowym	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSGL3_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 strategie oraz narzędzia marketingowe w otoczeniu międzynarodowym	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSGL3_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
	[MSGL3_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

<table>
<tr><td>Treści przedmiotu</td><td>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 teroetyczne - perspektywa ekonomiczna, organizacyjna i instytucjonalna
· definicja, charakterystyka i znaczenie korporacji transnarodowych

4. Zarządzanie strategiczne w obliczu globalizacji
· opcje wrostu/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

W trakcie zajęć studenci realizują zadania projektowe w oparciu o studia przypadku przedsiębiorstw międzynarodowych.</td></tr>
<tr><td>Wymagania wstępne i dodatkowe</td><td>Wiedza na temat zarządzania przedsiębiorstwem działającym na rynku krajowym, zasad funkcjonowania poszczególnych obszarów funkcjonalnych oraz wewnętrznych i zewnętrznych uwarunkowań prowadzenia działalności biznesowej.</td></tr>
<tr><td>Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się</td><td>
<table>
<tr><th>Sposób oceniania (składowe)</th><th>Próg zaliczeniowy</th><th>Składowa oceny końcowej</th></tr>
<tr><td>projekt</td><td>51.0%</td><td>40.0%</td></tr>
<tr><td>egzamin (test)</td><td>51.0%</td><td>60.0%</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Zalecana lista lektur</td><td>Podstawowa lista lektur</td><td>1. RYMARCZYK Jan : Biznes międzynarodowy. Warszawa 2012. PWE.
2. GORYNIA Marian : Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw . Warszawa 2007. PWE.
3. OBŁÓJ Krzysztof: Strategia organizacji. Warszawa 2007. PWE,</td></tr>
<tr><td>Uzupełniająca lista lektur</td><td>1. GHEMAWAT Pankey : Regional Strategies for Global Leadership . December 2005. Harvard Business Review.
2. ROZKWITALSKA Małgorzata : Zarządzanie międzynarodowe. Warszawa 2007, PWE.
3. BAŁANDYNOWICZ-PANFIL Katarzyna ; Wpływ zgodności kulturowej podmiotów na procesy połączeniowe w sektorze bankowym (w:) Problemy współczesnej gospodarki światowej. Sopot 2004. Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego.</td></tr>
<tr><td>Adresy eZasobów</td><td></td></tr>
<tr><td>Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania</td><td>Standaryzacja i adaptacja strategii przedsiębiorstw międzynarodwych.

Czynniki mające wpływ na motywacje przedsiębiorstw do umiędzynaradawiania działalności.</td></tr>
<tr><td>Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu</td><td>Nie dotyczy</td></tr>
</table>

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.