

Internacjonalizacja przedsiębiorstw we współczesnej gospodarce - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Internacjonalizacja przedsiębiorstw we współczesnej gospodarce
Kod przedmiotu	14.6-WZ-EkoPD-IPWG-S16
Wydział	Wydział Ekonomii i Zarządzania
Kierunek	Ekonomia / Ekonomia przedsiębiorstwa
Profil	praktyczny
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2016/2017

Informacje o przedmiocie	
Semestr	3
Liczba punktów ECTS do zdobycia	3
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr hab. inż. Anetta Barska, prof. UZ

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Wykład	15	1	9	0,6	Egzamin
Ćwiczenia	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Zapoznanie studenta z procesem internacjonalizacji przedsiębiorstw poprzez przedstawienie podstawowych pojęć, definicji i teoretycznych zagadnień. Zapoznanie studentów z czynnikami warunkującymi działanie przedsiębiorstwa na globalnym rynku. Zidentyfikowanie czynników wpływających na formę internacjonalizacji. Stworzenie podstaw do wykorzystania wiedzy teoretycznej i prowadzenia analizy przedsiębiorstw na wybranych przykładach. Zbudowanie podstaw do krytycznej oceny działalności i konkurencyjności przedsiębiorstwa w wymiarze międzynarodowych. Poprzez zadania grupowe, rozwijanie kompetencji pracy w zespole. Stworzenie warunków do rozwoju komunikacji w grupie.

Wymagania wstępne

Brak

Zakres tematyczny

Treści wykładów: Istota internacjonalizacji. Przyczyny umiędzynarodowienia. Internacjonalizacji a globalizacja. Formy internacjonalizacji przedsiębiorstw. Otoczenia przedsiębiorstwa działającego na rynku światowym i metody jego analizy. Konkurencyjność międzynarodowa. Teorie internacjonalizacji: model sekwencyjny, internacjonalizacja niekonwencjonalna, podejście sieciowe, inne koncepcje internacjonalizacji. Endo i egzogeniczne motywy internacjonalizacji (model Portera; model Yipa). Polityka marketingowa w warunkach internacjonalizacji.

Treści ćwiczeń: Korporacje transnarodowe. Formy internacjonalizacji – eksport, licencje, franchising, joint ventures i inne. Bezpośrednie inwestycje zagraniczne. Bariery internacjonalizacji. Kryteria wyboru formy zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw. Strategia międzynarodowego produktu Strategie internacjonalizacji. Ryzyko internacjonalizacji przedsiębiorstwa. Polityka marketingowa w warunkach internacjonalizacji. Pomiar poziomu internacjonalizacji – aspekty metodyczne.

Metody kształcenia

Wykład: prezentacje multimedialne, dyskusja.

Ćwiczenia: studia przypadków, krytyczna analiza, dyskusja i praca w grupach, burza mózgów, klasyczna metoda problemowa, studia literatury, praca z tekstem, praca z książką.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Ma pogłębioną wiedzę na temat zasady funkcjonowania i sposobów działania jednostek, instytucji, podmiotów gospodarczych w wymiarze międzynarodowym oraz praw i reguł nimi rządzących oraz dokonuje oceny ich zarządzania w aspekcie ekonomicznym, prawnym i społecznym.	K_W07	- kolokwium - test egzaminacyjny z progami punktowymi	- Wykład - Ćwiczenia

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Ma pogłębioną wiedzę dotyczącą oceny zjawisk internacjonalizacji podmiotów gospodarczych w perspektywie krajowej i międzynarodowej, a także międzykulturowej oraz w odniesieniu do relacji występujących między nimi, Ma pogłębioną wiedzę dotyczącą determinant internacjonalizacji, o czynnikach i metodach wpływających na dokonanie wyboru formy internacjonalizacji oraz o procesach dotyczących strategii wejścia na rynki zagraniczne.	• K_W10	• kolokwium • odpowiedź ustna • test egzaminacyjny z progami punktowymi	• Wykład • Ćwiczenia
Potrafi pozyskiwać, analizować, interpretować i porównywać informacje pochodzące z różnych źródeł zarówno w języku polskim, jak i obcym, w tym tekstów specjalistycznych z internacjonalizacji przedsiębiorstw i wykorzystać je do przygotowania prac ustnych i pisemnych. Posiada zdolność swobodnego wyrażenia opinii i poglądów na temat zjawisk społeczno-ekonomicznych w języku polskim i obcym i przygotowania prezentacji multimedialnej.	• K_U09	• aktywność w trakcie zajęć • praca pisemna	• Ćwiczenia
Posiada pogłębioną umiejętność przygotowania i przedstawienia w formie pisemnej i ustnej wystąpień w języku polskim i obcym dotyczących zagadnień internacjonalizacji w oparciu o rozszerzone ujęcia teoretyczne z ekonomii i zarządzania oraz w obszarze dziedzin pokrewnych.	• K_U11	• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach • rozwiązanie studium przypadku	• Ćwiczenia
Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, jest otwarty na współpracę i budowę relacji, aktywnie uczestnicząc w grupach, organizacjach i instytucjach, potrafi komunikować się z jednostką i grupą społeczną.	• K_K02	• obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta	• Ćwiczenia
Jest świadomy procesów zachodzących we współczesnej gospodarce, dostrzegając związki między procesami gospodarczymi i sytuacją społeczno-ekonomiczną.	• K_K08	• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	• Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Literatura podstawowa

1. Gorynia M., *Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2007.
2. Nowakowski M. [red.], *Biznes międzynarodowy – od internacjonalizacji do globalizacji*, Wydawnictwo SGH, Warszawa 2005.
3. Oczkowska, R., *Międzynarodowa ekspansja przedsiębiorstw w warunkach globalizacji*, Difin, Warszawa 2013.
4. Rymarczyk J., *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa 2004.
5. Skawińska E, Bartkiewicz P., *Ekonomia międzynarodowa: wybrane problemy*, Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań 2011.

Literatura uzupełniająca

1. Dulinić E., *Marketing międzynarodowy*, PWE, Warszawa 2004.
2. Fonfara K., Gorynia M., Najlepszy E., Schroeder J, *Strategie przedsiębiorstw w biznesie międzynarodowym*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2000.
3. Skawińska E, Cyrson E., Zalewski R. [red.]. *Konkurencyjność przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań 2011.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr hab. inż. Anetta Barska, prof. UZ (ostatnia modyfikacja: 25-08-2016 16:10)

Wygenerowano automatycznie z systemu SyllabUZ