

Tytuł Internacjonalizacja biznesu	Kod 1011102331011130014
Kierunek Zarządzanie - studia stacjonarne II stopnia	Rok / Semestr 2 / 3
Specjalność Corporate Management (Zarządzanie przedsiębiorstwem)	Przedmiot obieralny
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15 Laboratoria: - Projekty / seminaria: -	Liczba punktów 2
	Język prowadzenia przedmiotu polski

Prowadzący:

-prof. dr hab. Eulalia Skawińska,
dr Katarzyna Blanke - Ławniczak
Katedra Nauk Ekonomicznych,
ul.Strzelecka 11, 60-965 Poznań,
tel.(061) 665 33 93

Wydział:

Wydział Inżynierii Zarządzania
ul. Strzelecka 11
60-965 Poznań
tel. (61) 665-33-74, fax.
e-mail: office_fem@put.poznan.pl

Miejsce przedmiotu w programie studiów:

-Przedmiot obieralny na II roku studiów stacjonarnych II stopnia kierunku Zarządzanie

Założenia i cele przedmiotu:

-Celem podstawowym jest przekazanie studentom usystemtyzowanej i pogłębionej wiedzy z zakresu terytorialnego rozszerzania się działalności przedsiębiorstw oraz polityki wsparcia internacjonalizacji MSP rozumianej jako polityka proinwestycyjna (włącznie z bezpośrednimi inwestycjami zagranicznymi), proinnowacyjna i proeksportowa.

Celem dodatkowym jest wyrobienie wśród studentów umiejętności tworzenia i realizacji strategii międzynarodowej i globalnej działalności firm.

Treści programowe przedmiotu (opis przedmiotu):

- 1. Teoretyczne i praktyczne aspekty globalizacji
 - 1.1. Globalizacja w teorii ekonomii
 - 1.2. Wpływ globalizacji na strategię działań podmiotów na rynku
 - 1.3. Korporacje międzynarodowe
 - 1.4. Bezpośrednie Inwestycje Zagraniczne
 - 1.5. Sieci i klastry w tworzeniu przewagi konkurencyjnej
 - 1.5. Fuzje i alianse
2. Analiza środowiska międzynarodowego
 - 2.1. Charakterystyka środowiska międzynarodowego
 - 2.2. Zbieranie i analiza materiałów pierwotnych i wtórnych
 - 2.3. Międzynarodowa integracja gospodarcza
3. Internacjonalizacja przedsiębiorstw
 - 3.1. Teorie, etapy i formy internacjonalizacji przedsiębiorstw
 - 3.2. Międzynarodowy handel towarów i usług.
 - 3.3. Specyfika umiędzynarodowienia polskich przedsiębiorstw
 - 3.4. Metody oceny internacjonalizacji
4. Internacjonalizacja zarządzania w przedsiębiorstwie
 - 4.1. Budowa strategii marketingu międzynarodowego i globalnego
 - 4.2. Koncepcja marketingu partnerskiego w biznesie międzynarodowym
 - 4.3. Planowanie strategiczne w zarządzaniu międzynarodowym
5. Konkurencyjność międzynarodowa

Wydział Inżynierii Zarządzania

- 5.1. Nowe źródła przewagi konkurencyjnej
- 5.2. Międzynarodowy łańcuch wartości konsumenckiej
- 5.3. Przedsiębiorczość międzynarodowa jako internacjonalizacja MSP
6. Korzyści i wymagania internacjonalizacji biznesu (prawa i obowiązki)
 - 6.1. Szanse i zagrożenia działania na rynku UE
 - 6.2. Opłacalność i ryzyko w transakcjach międzynarodowych

Przedmioty wprowadzające i wymagane wiadomości wstępne:

-Studenci zdobędą wszechstronną wiedzę i umiejętności praktyczne dotyczące internacjonalizacji biznesu. umożliwi to zarządzanie przedsiębiorstwami na skalę międzynarodową, podejmowanie przedsiębiorczej działalności w zakresie wyboru sposobów i metod internacjonalizacji.

Forma zajęć i metody dydaktyczne:

--Wykład.

Metoda werbalna. Materiał ilustracyjny w postaci rysunków, wykresów i fotografii oraz tabel jest aktualizowany i prezentowany na rzutniku pisma lub notebook'u.

Ćwiczenia.

Panele dyskusyjne i referaty

Forma i warunki zaliczenia przedmiotu – wymagania i system oceniania:

-Egzamin pisemny - test wielokrotnego wyboru.

Bibliografia podstawowa:

1. Eugeniusz Najlepszy (red. nauk.) Biznes międzynarodowy a internacjonalizacja gospodarki narodowej AE Poznań 2005
2. Jan Rymarczyk Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa PWE Warszawa 2004
3. Andrzej Tubielewicz Zarządzanie strategiczne w biznesie międzynarodowym WNT Warszawa 2004
4. E. Bojar (red.) Z. Olesiński The emergence and development of clusters in Poland Difin Lublin 2007
5. pr. zb. pod red. M. Kokocińskiej Makroekonomiczne tendencje w Polsce na tle międzynarodowym WSKiZ Poznań 2007

Bibliografia uzupełniająca: