

Tytuł <b>Internacjonalizacja biznesu</b>	Kod <b>1011102331011130514</b>
Kierunek <b>Zarządzanie - studia stacjonarne II stopnia</b>	Rok / Semestr <b>2 / 3</b>
Specjalność <b>Zarządzanie przedsiębiorstwem</b>	Przedmiot <b>obieralny</b>
Godziny Wykłady: <b>15</b> Ćwiczenia: <b>15</b> Laboratoria: -    Projekty / seminaria: -	Liczba punktów <b>2</b>
	Język prowadzenia przedmiotu <b>polski</b>

### Prowadzący:

prof. dr hab. Eulalia Skawińska,  
dr Katarzyna Blanke-Ławniczak  
Katedra Nauk Ekonomicznych,  
ul. Strzelecka 11, 60-965 Poznań,  
tel. +48-61-6653393  
eulalia.skawinska@put.poznan.pl

### 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

### 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
  - 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 WN-T Warszawa 2004
4. E. Bojar (red.) 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:**