

PRZEDSIĘBIORSTWO W OTOCZENIU MIĘDZYNARODOWYM

Katedra Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstwa

Semestr: 9 (magisterskich studiów niestacjonarnych – zaoczne)

Jerzy Czupia, prof. dr hab.

Opis kursu: Przedmiot ma dostarczyć studentom wiedzy o warunkach powstawania i działania oraz o funkcjach i zarządzaniu przedsiębiorstwami międzynarodowymi, które realizują swe funkcje poprzez granice państw.

Tematyka poszczególnych zajęć:

1. Umiejscowienie biznesu i zarządzania biznesem.
2. Teorie objaśniające rozwój przedsiębiorstw międzynarodowych.
3. Rozwój międzynarodowego zarządzania i próby jego regulacji.
4. Motywy i sposoby międzynarodowego zaangażowania przedsiębiorstw.
5. Środowisko międzynarodowe: aspekt ekonomiczny i techniczny.
6. Środowisko międzynarodowe: aspekty kulturowe i polityczne.
7. Możliwości potencjalne przedsiębiorstwa a jego strategię.
8. Marketing przedsiębiorstwa międzynarodowego.
9. Decyzje w zarządzaniu produkcją.
10. Zarządzanie pracownikami za granicą.
11. Zarządzanie finansami firmy.
12. Zarządzanie operacjami międzynarodowymi.
13. Przywództwo w zarządzaniu międzynarodowym.
14. Współzależność podmiotów uczestniczących w biznesie międzynarodowym.
15. Kapitał zagraniczny w Polsce.

Formy aktywizacji: studia przypadków

Literatura:

- [1] J.Czupia: Zarządzanie i organizacja przedsiębiorstw wielonarodowych, w: PN AE we Wrocławiu, Wrocław 1996 nr 725, s. 57-64.
- [2] Umiejscowienie zarządzania przedsiębiorstwem, w: Zarządzanie firmą w gospodarce rynkowej, pod red. J.Czupia. Wydawnictwo AE we Wrocławiu, Wrocław 2002, s. 11-90.
- [3] J.Czupia: Międzynarodowe strategie produktu, w: Zarządzanie i marketing. PN AE we Wrocławiu, Wrocław 1996 nr 4, s. 65-72.

- [4] J.Czupia: Strategia marketingowa przedsiębiorstwa wielonarodowego, w: Nowe kierunki w zarządzaniu przedsiębiorstwem, PN AE we Wrocławiu, Wrocław 1988 nr 784, s. 58-63.
- [5] Bariery internacjonalizacji przedsiębiorstwa, praca zbiorowa pod red. M.K.Nowakowskiego, Wydawnictwo Key Text, Warszawa 1997.
- [6] A.Sznajder: Strategie marketingowe na rynku międzynarodowym, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995.

Wymagania wstępne: podstawy nauki o przedsiębiorstwie

Forma kursu: wykłady

Liczba godzin: 14 godzin w semestrze

Liczba miejsc: według zapisów na specjalności

Forma zaliczenia: egzamin (testowy lub ustny)

Termin zajęć: wg harmonogramu