



Przedmiot: Przedsiębiorstwo na rynku europejskim				
Forma zajęć: wykład	Semestr: 6	Rok: 3	Wymiar godzin: 30	Punkty ECTS: 3
Forma zaliczenia: zaliczenie na ocenę		Typ przedmiotu: do wyboru		Język nauczania: polski
Kierunek: Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze			Tryb: stacjonarne	Rodzaj: licencjackie
Specjalność: Przedsiębiorstwo na Jednolitym Rynku Europejskim				
Katedra: Polityki Ekonomicznej i Europejskich Studiów Regionalnych				
Stopień naukowy wykładowcy: prof. dr hab.		Imię i nazwisko wykładowcy: Giuseppe Calzoni		

Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):

Mikroekonomia, Makroekonomia, Podstawy metod ilościowych w ekonomii

Program przedmiotu:

1. Zasady działalności firm w otoczeniu rynku.
2. Koniunktura gospodarcza, rozwój gospodarczy i strategię firm w teorii i w rzeczywistości.
3. Efekty makroekonomiczne i mikroekonomiczne programu jednolitego rynku europejskiego.
4. Jednolity rynek europejski i strategia polskich małych i średnich przedsiębiorstw.
5. Rola mniejszych firm w procesie wzrostu europejskiego systemu gospodarczego

Metody dydaktyczne:

Wykłady i wspólna konwersacja o najważniejszych aspektach programu

Cele przedmiotu:

Wzmacnianie wiedzy i zdolności studentów w interpretacji aspektów działalności firm w zmieniających sytuacjach otoczenia rynkowego. Ocena efektów wynikających od stosowania programu jednolitego rynku europejskiego. Analiza roli mniejszych firm w procesie wzrostu europejskiego systemu gospodarczego i ocena strategii polskich małych i średnich przedsiębiorstw na jednolitym rynku europejskim.

Warunki zaliczenia:

Kolokwium ustne

Literatura podstawowa (do 4 pozycji):

1. G. Calzoni, Koniunktura gospodarcza, rozwój gospodarczy i strategia firm, 2008.
2. J. Kundera, Jednolity rynek europejski, Kraków, 2003.
3. A. Blajer, M. Zielenkiewicz, Jednolity rynek wewnętrznych UE – Nowe pola działania polskich MSP . Warszawa 2004.
4. M. Schmiemann, SMEs were the main drivers of economic growth between 2004 and 2006. Eurostat 71/2009.

Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):

1. M. Moszkowicz, Strategia przedsiębiorstwa okresu przemian. Warszawa, 2000.