



|  |                   |  |                          |                                |
|--|-------------------|--|--------------------------|--------------------------------|
| <b>Przedmiot:</b> Biznes międzynarodowy                          |                   |  |                          |                                |
| <b>Forma zajęć:</b> wykład                                       | <b>Semestr:</b> 3 | <b>Rok:</b> 2  | <b>Wymiar godzin:</b> 15 | <b>Punkty ECTS:</b> 3          |
| <b>Forma zaliczenia:</b> zaliczenie na ocenę                     |                   | <b>Typ przedmiotu:</b> obowiązkowy                               |                          | <b>Język nauczania:</b> polski |
| <b>Kierunek:</b> Zarządzanie                                     |                   | <b>Tryb:</b> stacjonarne   |                          | <b>Rodzaj:</b> licencjackie    |
| <b>Specjalność:</b> wszystkie na kierunku                        |                   |  |                          |                                |
| <b>Katedra:</b> Katedra Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych |                   |  |                          |                                |
| <b>Stopień naukowy wykładowcy:</b><br>dr                         |                   | <b>Imię i nazwisko wykładowcy:</b><br>Agnieszka Piasecka-Głuszak |                          |                                |

**Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):**

wiedza z zakresu makroekonomii i mikroekonomii, podstaw zarządzania i podstaw marketingu

**Program przedmiotu:**

1. Wprowadzenie do biznesu międzynarodowego, podstawowe pojęcia. Powiązania BM z MSG – tło makroekonomiczne.
2. Obszary strategiczne w biznesie międzynarodowym.
3. Istota gospodarki światowej. Cechy współczesnej gospodarki światowej.
4. Globalizacja jako czynnik rozwoju biznesu międzynarodowego. Korzyści i zagrożenia procesu globalizacji.
5. Teorie biznesu międzynarodowego.
6. Istota i umiędzynarodowienie polityki handlowej.
7. Proces internacjonalizacji przedsiębiorstwa. Cechy korporacji transnarodowych.
8. Motywy internacjonalizacji i globalizacji przedsiębiorstwa.
9. Formy internacjonalizacji i globalizacji przedsiębiorstwa.
10. Strategie internacjonalizacji i globalizacji przedsiębiorstwa.

**Metody dydaktyczne:**

Wykład informacyjny z wykorzystaniem techniki audiowizualnej (folie - rzutnik pisma, slajdy - projektor multimedialny)

**Cele przedmiotu:**

celem jest wskazanie kierunków zmian we współczesnej gospodarce światowej; przedstawienie istoty biznesu międzynarodowego i systemu funkcjonowania przedsiębiorstw międzynarodowych w dobie internacjonalizacji i globalizacji, przedstawienie ich strategii i form wejścia na rynki międzynarodowe; zapoznanie się z teoriami biznesu międzynarodowego, narzędziami polityki handlowej, problemami gospodarki światowej.

**Warunki zaliczenia:**

zaliczenie na ocenę na podstawie pisemnego testu otwartego po zakończeniu wykładów

**Literatura podstawowa (do 4 pozycji):**

1. Nowakowski. M.K.: Biznes międzynarodowy. Od internacjonalizacji do globalizacji. Praca zbiorowa, SGH, Warszawa 2005.
2. Rymarczyk J.: Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa 2004.
3. Międzynarodowe stosunki gospodarcze. Red. J. Rymarczyk, PWE, Warszawa 2000.
4. Zorska A.: Ku globalizacji? Przemiany w korporacjach transnarodowych w gospodarce światowej. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.

**Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):**

5. Współczesna gospodarka światowa. Red. A.B. Kisiel-Łowczyc, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1999.
6. Przemiany we współczesnej gospodarce światowej. Praca zbiorowa pod red. Oziewicz E., PWE, Warszawa 2006.
7. Zorska A.: Korporacje transnarodowe. PWE, Warszawa 2007.
8. Bożyk P., Misala J., Puławski M.: Międzynarodowe stosunki ekonomiczne. Warszawa: PWE 1999 i późniejsze.