

KARTA MODUŁU KSZTAŁCENIA ROK AKADEMICKI 2019/2020

Ekonomia I stopień

Informacje ogólne

1 Nazwa modułu kształcenia
(GM) PRZEDSIĘBIORSTWA NA RYNKU MIĘDZYNARODOWYM

2 Nazwa jednostki prowadzącej moduł
WYDZIAŁ NAUK EKONOMICZNYCH
ZAKŁAD EKONOMII

3 Kod modułu
(wypełnia koordynator ECTS)

4 Grupa treści kształcenia
Treści kształcenia specjalnościowego

5 Typ modułu
Fakultatywny

6 Poziom studiów
I stopnia

7 Liczba punktów ECTS
3

8 Poziom przedmiotu
Średnio-zaawansowany

9 Rok studiów, semestr
III rok – semestr VI

10 Liczba godzin w semestrze

11 Liczba godzin w tygodniu

	Wyk.	Ćw.	Lab.	Sem.	Proj.	Wyk.	Ćw.	Lab.	Sem.	Proj.
studia stacjonarne	15	15				1	1			
studia niestacjonarne	-	-				-	-			

12 Język wykładowy: polski

13 Wykładowca (wykładowcy)
Magdalena Zwolińska-Ligaj, dr inż. - wykład
Magdalena Pawlik, mgr - ćwiczenia

Informacje szczegółowe

14 Wymagania wstępne

1. Podstawy wiedzy z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem.
2. Podstawy wiedzy o organizacji międzynarodowej.

15 Cele przedmiotu

- | | |
|----|--|
| C1 | Zapoznanie studentów z istotą zarządzania międzynarodowego. |
| C2 | Zapoznanie studentów ze strategiami wejścia przedsiębiorstw na rynki zagraniczne. Wykształcenie umiejętności praktycznych w tym zakresie. |
| C3 | Zapoznanie studentów ze specyfiką działań marketingowych na rynkach zagranicznych. Wykształcenie umiejętności praktycznych w tym zakresie. |

16 Efekty kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych

nr	student, który zaliczył przedmiot, potrafi:	odniesienie do celów przedmiotu
WIEDZA		
EK01	Scharakteryzować istotę i uwarunkowania zarządzania międzynarodowego.	C1
EK02	Omówić istotę wybranych strategii wejścia przedsiębiorstw na rynki	C2

	zagraniczne.	
EK03	Wyjaśnić uwarunkowania i specyfikę marketingu międzynarodowego.	C3
UMIEJĘTNOŚCI		
EK04	Wybrać i opracować strategię internacjonalizacją przedsiębiorstwa.	C2,C3
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
EK05	Współpracować w zespole przyjmując w nim różne role.	C2,C3

17 Treści programowe				
	forma zajęć – wykłady	liczba godzin S	liczba godzin NS	odniesienie do efektów kształcenia dla przedmiotu
W1	Firma międzynarodowa i jej otoczenie. Istota zarządzania międzynarodowego.	1	-	EK01
W2	Uwarunkowania i motywy internacjonalizacji przedsiębiorstw.	2	-	EK01
W3	Wybór rynków zagranicznych i segmentów nabywców.	2	-	EK02
W4	Strategie wejścia przedsiębiorstw na rynki zagraniczne.	4	-	EK02
W5	Działania marketingowe na rynkach zagranicznych.	6	-	EK03
	suma godzin	15	-	
	forma zajęć – ćwiczenia	liczba godzin S	liczba godzin NS	odniesienie do efektów kształcenia dla przedmiotu
ĆW1	Wybór strategii internacjonalizacji	2	-	EK02- EK05
ĆW2	Ocena i selekcja rynków zagranicznych	3	-	EK02- EK05
ĆW3	Określenie celów działania na rynku zagranicznym	2	-	EK02- EK05
ĆW4	Ustalenie sposobów wejścia na rynek zagraniczny	2	-	EK02- EK05
ĆW5	Ustalenie działań funkcjonalnych przedsiębiorstwa	2	-	EK02- EK05
ĆW6	Koordynacja działań	2	-	EK02- EK05
ĆW7	Realizacja strategii i kontrola	2	-	EK02- EK05
	suma godzin	15	-	

18 Narzędzia/metody dydaktyczne	
1.	Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej.
2.	Projekt strategii internacjonalizacji wybranego przedsiębiorstwa, praca w grupie.

19 Sposoby oceny (F – formująca, P – podsumowująca)	
F1.	Ocena wynikająca z obserwacji aktywności studenta w trakcie zajęć.
F2.	Opracowanie pisemne i prezentacja strategii przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym.
F..n	
P1.	Zaliczenie pisemne wykładów.
P2.	Kolokwium pisemne.
P..n	

20 Obciążenie pracą studenta

forma aktywności	średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
	S	NS
Godziny kontaktowe z nauczycielem	30	
Przygotowanie się do laboratorium		
Przygotowanie się do zajęć	25	
Przygotowanie do egzaminu	15	
Konsultacje	5	
.....		
SUMA	75	
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	3	

21 Literatura podstawowa i uzupełniająca

Literatura podstawowa:

1. Oczkowska R., Przedsiębiorstwo na rynku międzynarodowym. Uwarunkowania strategii internacjonalizacji i globalizacji, Wyd. Akademii Frycza Modrzewskiego, Kraków 2007
2. Grzegorzczak W., MARKETING NA RYNKU MIĘDZYNARODOWYM, Wolters Kluwer, Warszawa 2013
3. Obłój K., Wąsowska A. (red.), Zarządzanie międzynarodowe. Teoria i praktyka, PWE, Warszawa 2014

Literatura uzupełniająca:

1. Stępień B. (red.), Zarządzanie międzynarodowe z perspektywy polskich przedsiębiorstw, PWE, Warszawa 2018

22 Kryteria oceny *

Inne przydatne
informacje

23 Inne przydatne informacje o przedmiocie

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

*do decyzji koordynatora

Tabela podsumowująca.

Efekt kształcenia	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu („kierunkowych”)	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia/metody dydaktyczne	Sposób oceny
EK01	K_W011, K_W017, K_W021	C1	W1-W2	1	P1
EK02	K_W011, K_W017, K_W021	C2	W3-W5	1	P1
EK03	K_W011, K_W017,	C3	W5	1	P1

	K_W021				
EK04	K_W01, K_W07, K_W09, K_W010, K_W012, K_W016, K_W017, K_W019, K_W022	C2, C3	CW1-CW7	2	F1, F2, P2
EK05	K_K02, K_KP01, K_K09	C2, C3	CW1-CW7	2	F1, F2, P2