**Nazwa przedmiotu:**

Konkurencyjność przedsiębiorstwa na rynkach międzynarodowych

**Koordynator przedmiotu:**

prof. dr hab. Grażyna Gierszewska

**Status przedmiotu:**

Fakultatywny ograniczonego wyboru

**Poziom kształcenia:**

Studia II stopnia

**Program:**

Zarządzanie i Inżynieria Produkcji

**Grupa przedmiotów:**

Z7 - Przedsiębiorstwo na rynkach międzynarodowych

**Kod przedmiotu:**

2P2Z7

**Semestr nominalny:**

3 / rok ak. 2015/2016

**Liczba punktów ECTS:**

3

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

75h (3 ECTS):
12h (zajęcia ćwiczeniowe) + 1h (konsultacje) + 38h ( przygotowanie do zajęć) + 20h (4 analizy cząstkowe x 5 godzin) + 4h (przygotowanie projektu końcowego)

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

0,5 ECTS:
12h (zajęcia ćwiczeniowe) + 1h (konsultacje) = 13h

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

1 ECTS:
20h (4 analizy cząstkowe x 5 godzin) + 4h (przygotowanie projektu końcowego) = 24h

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład: | 0h |
| Ćwiczenia: | 180h |
| Laboratorium: | 0h |
| Projekt: | 0h |
| Lekcje komputerowe: | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Wiedza z zarządzania strategicznego i marketingowego.
Zdolność myślenia krytycznego, analitycznego, uczenia się przez kooperację, umiejętność pracy zespołowej, umiejętność krytycznego spojrzenia na organizację i problemy, które w niej występują.

**Limit liczby studentów:**

od 15 do 30 (ćwiczenia)

**Cel przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest, aby po jego zaliczeniu student:
- posiadał wiedzę z zakresu metod budowania konkurencyjności, ze szczególnym uwzględnieniem problemów występujących w Unii Europejskiej, relacji między podmiotami gospodarczymi a innymi instytucjami społecznymi tworzącymi ich otoczenie w skali krajowej i międzynarodowej, metod i technik budowania konkurencyjności polskiego przedsiębiorstwa na rynku europejskim, znaczenia i roli procesów globalizacji we współczesnej gospodarce i w pozycjonowaniu przedsiębiorstwa na rynkach,
- potrafił ocenić skuteczność przedsiębiorstwa wchodzenia na rynki międzynarodowe przy pomocy metod, które pozna na zajęciach, określić niezbędne zmiany w swoim przedsiębiorstwie konieczne w kontekście procesów globalizacji i funkcjonowania na nowych rynkach, interpretować wybrane problemy współczesnej gospodarki i biznesu w świetle dorobku i poglądów autorytetów ekonomii i naukowego zarządzania,
- potrafił zaadaptować się i działać w nowych warunkach i sytuacjach związanych np. z odmiennością kulturową danej grupy.

**Treści kształcenia:**

1) Teorie konkurencyjności, przedsiębiorstwo wobec konkurencji. 2) Internacjonalizacja działalności gospodarczej. 3) Formy internacjonalizacji – istota, wady i zalety (motywy umiędzynarodowienia: rynkowe, kosztowe, polityczne, konkurencyjne; internacjonalizacja czynna i bierna; przedsiębiorstwo wielonarodowe; fazowy układ internacjonalizacji; eksport, licencje, wspólne przedsięwzięcia, bezpośrednie inwestycje zagraniczne, alianse, fuzje, grona (cluster), hidden champions, bariery internacjonalizacji. 3) Międzynarodowa konkurencja na poziomie krajów i przedsiębiorstw. 4) Budowanie konkurencyjności w warunkach globalizacji (potencjał konkurencyjny, przewaga i pozycja konkurencyjna, instrumenty konkurowania; międzynarodowa konfiguracja łańcucha. 5) Źródła przewagi konkurencyjnej na rynku globalnym (kluczowe kompetencje G. Hamela i C.K. Prahalada, wyróżniające zdolności J. Kay’a; przewaga konkurencyjna na rynku lokalnym i globalnym wg J. Stankiewicza). 6) Instrumenty konkurowania oparte na metodach zarządzania (strategie przedsiębiorstw globalnych i lokalnych, Koncepcja R.E. Miles’a i C.C. Snow’a, trójkąt globalizacji G. Yip’a, strategie transnacjonalizacji C.A. Bartletta,- i S. Ghoshala). 7) Zarządzanie międzykulturowe (istota i elementy kultury organizacyjnej; pojęcie wielokulturowości; zarządzanie wielokulturowością; modele zarządzania wielokulturowego: model kulturowej dominacji, kulturowego współistnienia, współpracy kulturowej. 8) Społeczna odpowiedzialność organizacji. 9) Sposoby zarządzania ludźmi w firmach międzynarodowych (menedżer globalny, rola kobiet w zarządzaniu na przykładach firm.)

**Metody oceny:**

Ocena prac projektowych przygotowanych przez studentów w grupach dotyczących metod i sposobów budowania konkurencyjności przedsiębiorstwa. Opracowane analizy są dyskutowane podczas zajęć. Oceniana jest wartość merytoryczna prac projektowych, ich poprawność metodyczna i kreatywność w wyborze tematu. Istnieje możliwość poprawienia pracy. Ostateczna ocena wynika z rozmowy zaliczeniowej z członkami zespołów realizujących zadania cząstkowe.

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

[1] Fonfara K., Gorynia M.: Strategie w biznesie międzynarodowym. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2000. [2] Zorska A. (red.): Korporacje międzynarodowe w Polsce. Wyzwania w dobie globalizacji i regionalizacji. Difin, Warszawa 2002. [3] Porter M.E.: Porter o konkurencji. PWE, Warszawa 2001. Romanowska M.: Alianse strategiczne przedsiębiorstw. PWE, Warszawa, 1997. [4] Stankiewicz M.J.: Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji. Dom Organizatora, Toruń 2002. [5] Stonehouse G., Hamill J., Campbell D., Purdie T.: Globalizacja. Strategia i zarządzanie. Felberg SJA, Warszawa 2001.

**Witryna www przedmiotu:**

-

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Efekt 2P2Z7\_W01:**

zna metodyki analizy otoczenia międzynarodowego, strategii wejścia na rynki zagraniczne, międzynarodowe i globalne strategie konkurowania

Weryfikacja:

poprawność merytoryczna i metodyczna opracowanej analizy konkurencyjności przedsiębiorstwa

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt 2P2Z7\_W02:**

ma elementarną wiedzę w zakresie etycznych aspektów procesów globalizacyjnych

Weryfikacja:

dyskusja podczas zajęć na bazie przykładów z praktyki organizacyjnej i gospodarczej

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt 2P2Z7\_U01:**

potrafi wykorzystać nabytą wiedzę z zakresu narzędzi analitycznych pozwalających ocenić i wspomagać zachowanie się przedsiębiorstwa w aktualnych warunkach rynkowych

Weryfikacja:

umiejętność wnioskowania i wyboru adekwatnych do danej firmy metod przygotowania projektu.

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Efekt 2P2Z7\_K01:**

potrafi przekazać informacje o osiągnięciach zarządzania i różnych aspektach zawodu w sposób powszechnie zrozumiały oraz potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy.

Weryfikacja:

przekonywanie do swojego zdania i konstruktywne dyskutowanie w grupie, budowanie koalicji w celu obrony określonego stanowiska

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**