**Nazwa przedmiotu:**

Produkt na rynku globalnym

**Koordynator przedmiotu:**

Dr inż. Ryszard Rafalski

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia II stopnia

**Program:**

Zarządzanie

**Grupa przedmiotów:**

Przedsiębiorstwo produkcjne na rynkach międzynarodowych

**Kod przedmiotu:**

PRYGL

**Semestr nominalny:**

2 / rok ak. 2011/2012

**Liczba punktów ECTS:**

2

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

Samodzielne studiowanie literatury i czasopism na temat przedsiębiorstwa w biznesie międzynarodowym – 10 godz. Przyczyny zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw-5 godz. Charakterystyka technologii jako czynnika międzynarodowej konkurencji – 10 godz. Główne czynniki makroekonomiczne w analizie strategicznej firmy na rynku międzynarodowym – 5 godz. Metody wchodzenia na rynki m/narodowe z własną technologią – 5 godz.
Wybór formy zagranicznej ekspansji przedsiębiorstwa – 10 godz.

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

2 -wykłady

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

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

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

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład: | 15h |
| Ćwiczenia: | 0h |
| Laboratorium: | 0h |
| Projekt: | 0h |
| Lekcje komputerowe: | 0h |

**Wymagania wstępne:**

.Marketing międzynarodowy, produkt globalny (standardowy), określenie strategii międzynarodowej przedsiębiorstwa, innowacje na rynku globalnym, ekonomika produktu na rynku globalnym, studia przypadków polskich firm na rynku zagranicznym, licencjonowanie, franchising, kontrakty na dostawy, transfer wiedzy i technologii do gospodarki. Czynniki wewnętrzne wpływające na wybór wejścia na rynki zagraniczne. Zasoby rzeczowe i zasoby finansowe.

**Limit liczby studentów:**

100

**Cel przedmiotu:**

Celem wykładu jest przygotowanie metodyczne do wejścia przedsiębiorstw na rynki zagraniczne oraz podjęcia przez przedsiębiorstwo działań gospodarczych za granicą. Czy podejmować ekspansję zagraniczną, jakie zasoby zaangażować w proces umiędzynarodowienia działalności?

**Treści kształcenia:**

Produkcja na rynki międzynarodowe, Istota i przejawy globalizacji w działalności gospodarczej, Międzynarodowy rynek transferu technologii, Metoda oceny cech niewymiernych wartościowo produktów, Motywy wejścia z produktami na rynek globalny
Organizacja salonu wystawienniczego, Globalizacja sektora usług, Bezpośrednie inwestycje zagraniczne, Formy międzynarodowej ekspansji, Klastry – nowa forma eksportu, Ewolucja przedsiębiorstw od strategii krajowej do strategii globalnej. Wpływ globalizacji na rynek krajowy – studia przypadków. Eksport, kontrakty produkcyjne, Joint ventures, samodzielne przedsiębiorstwo na rynku zagranicznym. Podsumowanie i wnioski

**Metody oceny:**

Aktywny udział na zajęciach (małe punkty aktywności), kontrola postępu zadań podanych na wykładzie, ocena cech niematerialnych produktów globalnych. Test w kontekście pojęć, definicji, interpretacji wyników, test pytań otwartych.

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

1. Rymarczyk J.: Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa. PWE Warszawa 2005
2. Nowakowski M.K.(red): Biznes międzynarodowy od internacjonalizacji do globalizacji.
SGH Warszawa 2005
3. Kłosiński K., Masłowski A.: Globalizacja sektora usług w Polsce. PWE Warszawa 2005
4. Szymczak M.: Logistyka w procesie internacjonalizacji przedsiębiorstw. Akademia Ekonomiczna Poznań , Poznań 2004
5. Praca zbiorowa (red. B.Sojkin): Zarządzanie produktem. PWE Warszawa 2003
6. Komar M.: Euromarketing. PWN Warszawa 2000
7. Sławińska M.(red.naukowa): Kompendium wiedzy o handlu. PWN W-wa 2008
8. Olczajk A., Urbaniak M.: Marketing B2B w praktyce gospodarczej. Difin W-wa 2006
9. Gorynia Marian: Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw. PWE W-wa 2007
10. Rocznik Statystyczny Handlu Zagranicznego GUS Warszawa lata od 2000 –2010.
Literatura obcojęzyczna i artykuły w czasopismach – informacja na zajęciach.

**Witryna www przedmiotu:**

**Uwagi:**

Potrzeba rozwoju produkcji na rynki międzynarodowe, wzrost eksportu, rozwój technologiczny kraju.

## Efekty przedmiotowe