

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)										
Sposoby i formy działania przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych										
Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:	Wydział Zarządzania i Nauk Technicznych									
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	Zarządzanie, II stopnia									
Profil kształcenia:	Profil ogólnoakademicki									
Nazwa specjalności:	Zarządzanie Międzynarodowe									
Rodzaj modułu uczenia się:	Specjalnościowy									
Rok / Semestr:	2 rok, Semestr 4									
Osoba koordynująca przedmiot:	Dr Paweł Dąbrowski									
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):	Wiedza ,umiejętności i kompetencje z obszaru: <ul style="list-style-type: none"> • podstaw organizacji, zarządzania i finansów • przedsiębiorczości • pracy zespołowej 									
II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN										
	Wykład	Ćwiczenia	Konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Konsultacje	Egzamin/ zaliczenie	Suma godzin
Studia stacjonarne	30		30							60
Studia niestacjonarne	15		15							30
III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH										
Formy zajęć			Metody dydaktyczne							
Wykład			Metody problemowe, praktyczne i aktywizujące metody projektów realizowanych na podstawie założeń podanych przez prowadzącego							
Ćwiczenia/konwersatorium			.							
IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU I OBSZARÓW										
Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się								Odniesienie do efektu kierunkowego	
Wiedza:										
1	Student zna uwarunkowania i regulacje działań związanych z funkcjonowaniem gospodarek i związanej z tym działalności przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych								ZO2_W02 P7S_WK	
2.	Student zna i rozumie złożoność procesów i zjawisk zachodzących w organizacjach i ich otoczeniu i jaki to ma wpływ na sposoby i formy działania przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych								ZO2_W04 P7S_WG P7S_WK	
3..	Student zna i rozumie istotę, zasady i prawidłowości zarządzania strategicznego, zna rodzaje strategii wchodzenia na rynki zagraniczne								ZO2_W07 P7S_WG	

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

4..	Student zna współczesne koncepcje oraz narzędzia kooperacji i konkurencji między przedsiębiorstwami, aspekty dostępu do wybranych rynków zagranicznych oraz podmioty wspierające inwestorów	ZO2_W07 P7S_WG
Umiejętności:		
1.	Student potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę w obszarze działalności przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych oraz podejmować decyzje uwzględniając wynikające z nich szanse i zagrożenia.	ZO2_U01 P7S_UW
2.	Student potrafi identyfikować i wyjaśniać skutki różnic między organizacjami i regionami, w kontekście wyboru sposobów i form prowadzonej działalności na rynkach zagranicznych	ZO2_U11 P7S_UW
3.	Student potrafi docierać do źródeł wiedzy i korzystać z nich, a także przyswajać fakty pozwalające na ocenę stopnia ryzykowności przedsięwzięć oraz optymalizacji podejmowanych decyzji i działań a także otrzymywanego wsparcia na rynkach zagranicznych	ZO2_U16 P7S_UU
4.	Student potrafi formułować i wdrażać rozwiązania przedsiębiorcze – koncepcje biznesowe na rynkach zagranicznych	ZO2_U02 P7S_UW
Kompetencje społeczne:		
1	Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, co znajduje odzwierciedlenie w podejmowanych przez niego decyzjach i realizowanych koncepcjach biznesowych	ZO2_K06 P7S_KO
2.	Student jest gotów do adaptacji i działania w nowych warunkach i sytuacjach np. związanych z odmiennością kulturową, innowacjami	ZO2_K06 P7S_KO
V. TREŚCI PROGRAMOWE (UCZENIA SIĘ)		
Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
1.	Przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych (europejskich i pozaeuropejskich)	ZO2_W02 ZO2_U01 ZO2_U02 ZO2_K06
2.	Aspekty dostępu przedsiębiorstw do wybranych rynków zagranicznych (systemy celne, standaryzacja, normy, certyfikacja, międzynarodowe normy ISO, finansowanie eksportu i formy płatności)	ZO2_W02 ZO2_W04 ZO2_U01 ZO2_U02 ZO2_U11 ZO2_K06
3.	Rodzaje strategii wchodzenia na rynki zagraniczne (eksportu, kontraktowe, z zaangażowaniem kapitału)	ZO2_W04 ZO2_W07 ZO2_U01 ZO2_U16 ZO2_U02 ZO2_K06
4.	Czynniki determinujące wybór formy wejścia na rynki zagraniczne	ZO2_W04 ZO2_U01 ZO2_U11

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

Lp.	konwersatorium:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
1	Eksport (bezpośredni i pośredni), porozumienia (licencjonowanie, franczyza, joint venture), przejęcia inwestycji	ZO2_W07 ZO2_U11 ZO2_U02 ZO2_K06
2	Ryzyko kursowe i gwarancje w handlu międzynarodowym	ZO2_W07 ZO2_U01 ZO2_U16 ZO2_K06
3	Instytucje wspierające inwestorów	ZO2_W07 ZO2_U16 ZO2_K06
4	Przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych – studium przypadku	ZO2_W07 ZO2_U11 ZO2_U02 ZO2_K06

VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekty uczenia się	Metoda weryfikacji	Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EUS(Efekt uczenia się)
Wiedza:		
ZO2_W02 ZO2_W04 ZO2_W07	Test pisemny, zadania problemowe	Wykład/ konwersatorium
Umiejętności:		
ZO2_U01 ZO2_U02 ZO2_U11 ZO2_U16	Test pisemny, zadania problemowe	Wykład / konwersatorium
Kompetencje społeczne:		
ZO2_K06	Test pisemny, praca w grupie	Wykład / konwersatorium

VII. KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekty uczenia się	Ocena niedostateczna Student nie zna i nie rozumie/nie potrafi/nie jest gotów:	Zakres ocen 3,0-3,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Zakres ocen 4,0-4,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Ocena bardzo dobra Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:
Dla każdego z efektów uczenia się określonego dla modułu w	Student uzyskuje poniżej 50% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje od 50 do 59% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 3 oraz Student uzyskuje od 60	Student uzyskuje od 70 do 79% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 4 oraz Student uzyskuje od 80	Student uzyskuje powyżej 89% max. liczby punktów dla danego efektu

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

zakresie wiedzy umiejętności i kompetencji		do 69% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 3,5	do 89% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 4,5	
VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS				
Rodzaj aktywności ECTS		Obciążenie studenta		
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne	
Udział w zajęciach dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II		60	30	
Egzamin/zaliczenie		2	2	
Udział w konsultacjach		1	1	
Projekt / esej				
Samodzielne przygotowanie się do zajęć dydaktycznych		30	46	
Przygotowanie się do zaliczenia zajęć dydaktycznych		32	46	
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin/ECTS		5ECTS/125h	5ECTS/125h	
Obciążenie studenta w ramach zajęć w bezpośrednim kontakcie z nauczycielem		60	30	
Obciążenie studenta w ramach zajęć o charakterze praktycznym		35	48	
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym		30	47	
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z przygotowaniem do prowadzenia badań				
IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE				
Literatura podstawowa przedmiotu:				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Budzyński W., Eksport w przedsiębiorstwie. Wejście na rynek i realizacja transakcji zagranicznej, Biblioteka Nowoczesnego Menedżera, Poltext 2016 2. Grzegorzczak W., Krawiec W., Strategie ekspansji polskich przedsiębiorstw na rynki zagraniczne. Etapy i formy, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2019 3. Wach K., Internacjonalizacja przedsiębiorstw w perspektywie przedsiębiorczości międzynarodowej, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2019 				
Literatura uzupełniająca przedmiotu:				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Gorynia M., Przedsiębiorstwo w biznesie międzynarodowym, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2021 2. Najlepszy E., Strategie przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych, AEPOZNAŃ, Poznań 2002 3. Polkowska-Nowak G., Przedsiębiorstwo w globalnej gospodarce, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006 4. Rymarczyk J., Handel zagraniczny. Organizacja i technika, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2017 5. Ziółkowska M.J., Franczyza nowoczesny model rozwoju biznesu, CeDeWu, Warszawa 2019 				
Inne materiały dydaktyczne:				
–				