

Opis zajęć (syllabus): Przedsiębiorstwo na rynku Unii Europejskiej

Nazwa zajęć:	Przedsiębiorstwo na rynku Unii Europejskiej	ECTS	3
Nazwa zajęć w j. angielskim:	Enterprise in the EU Market		
Zajęcia dla kierunku studiów:	Ekonomia		

Język wykładowy: polski		Poziom studiów: 2	
Forma studiów: stacjonarne i niestacjonarne	Status zajęć: kierunkowy - do wyboru	Numer semestru: semestr letni	
Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik):		2019/2020	Numer katalogowy: EKR-E-2SZ-X-82-KF-2019

Koordinator zajęć:	dr Iwona Pomianek		
Prowadzący zajęcia:	Iwona Pomianek, dr		
Jednostka realizująca:	Katedra Polityki Rozwoju i Marketingu		
Jednostka zlecająca:	Wydział Ekonomiczny		
Założenia, cele i opis zajęć:	<p>a. zapoznanie słuchaczy z definicjami, rodzajami oraz funkcją przedsiębiorstw w rozwoju społeczno-gospodarczym</p> <p>b. przekazanie wiedzy na temat procesów integracyjnych oraz polityk unijnych determinujących działalność przedsiębiorstw działających na jednolitym rynku UE</p> <p>c. określenie i analiza barier wejścia i wyjścia przedsiębiorstw unijnych i pozaunijnych na i poza jednolity rynek wewnętrzny</p> <p>d. propagowanie przedsiębiorczości i innowacyjności</p> <p>Wykład Definicje, rodzaje i typologie przedsiębiorstw. Przedsiębiorstwo w teorii rozwoju regionalnego. Teoria i praktyka integracji ekonomicznej - korzyści i zagrożenia dla przedsiębiorstw. Od unii celnej do jednolitego rynku UE; unia gospodarcza i walutowa - swobody i ograniczenia dla przedsiębiorstw. Integracja i internacjonalizacja przedsiębiorstw UE. Euromarketing a marka kraju. Pomoc publiczna dla przedsiębiorstw w UE. Przedsiębiorstwo UE wobec zmian demograficznych. Perspektywy funkcjonowania przedsiębiorstw w zmieniającej się UE.</p> <p>Cwiczenia Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w krajach UE - analiza BIZ w Polsce. Rozmiary i kierunki ekspansji zagranicznej przedsiębiorstw UE - analiza. Przedsiębiorstwo w gospodarce opartej na wiedzy - studia przypadku. Współczesne przedsiębiorstwo na rynku regionalnym i globalnym - gospodarka elektroniczna - studia przypadku.</p>		
Formy dydaktyczne, liczba godzin:	<p>a. wykład - liczba godzin: stacj: 20, niestacj. 12</p> <p>b. ćwiczenia audytoryjne - liczba godzin: stacj: 10, niestacj. 4</p>		
Metody dydaktyczne:	dyskusja, projekt badawczy, analiza i interpretacja tekstów źródłowych, konsultacje, studium przypadku		
Wymagania formalne i założenia wstępne:	Podstawy ekonomii (mikroekonomia, makroekonomia)		
Efekty uczenia się:	<p>Wiedza - Zna i rozumie:</p> <p>1. Absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu doktryny ekonomiczne wyjaśniające złożone zjawiska i procesy gospodarcze oraz zachodzące współzależności między instytucjami i strukturami gospodarczymi na poziomie mikro-, makroekonomicznym i globalnym</p> <p>2. Absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu główne współczesne ekonomiczno-społeczne problemy człowieka i przedsiębiorstwa, regionu i kraju / UE, a także złożone uwarunkowania wpływające na wzmacnianie pozytywnych zmian i ograniczanie negatywnych</p>	<p>Umiejętności - Potrafi:</p> <p>3. Absolwent potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę ekonomiczną, jak również z innych dziedzin, do identyfikowania, formułowania i twórczego rozwiązywania złożonych problemów gospodarczych</p>	<p>Kompetencje - Jest gotów do:</p> <p>4. Absolwent jest gotów do podejmowania i organizowania działalności w zakresie zagadnień gospodarczych w sposób aktywny i przedsiębiorczy</p>
Sposób weryfikacji efektów uczenia się:	ocena wystąpień w trakcie zajęć (efekty: 1,2,3,4), ocena wykonania zadania projektowego (efekty: 1,2,3,4), ocena aktywności w trakcie zajęć (efekty: 3)		

Forma dokumentacji osiągniętych efektów uczenia się:	karty oceny studenta (w tym na listach obecności), indywidualne projekty studenckie
Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową:	ocena wystąpień w trakcie zajęć - 40%, ocena wykonania zadania projektowego - 50%, ocena aktywności w trakcie zajęć - 10%
Miejsce realizacji zajęć:	Sala wykładowa
Literatura podstawowa i uzupełniająca:	
<ol style="list-style-type: none"> Gorynia, M. 2000. Strategie przedsiębiorstw w biznesie międzynarodowym. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań. Grzegorzczak, W. 2011. Strategie marketingowe przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź. Komor, M. 2000. Euromarketing. Strategie marketingowe przedsiębiorstw na eurorynku, PWN, Warszawa. Komor, M. Internacjonalizacja przedsiębiorstw na rynku Unii Europejskiej - ujęcie marketingowe. Seria Ekonomia i zarządzanie, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa. Strużycki, M. (red.) 2011. Przedsiębiorstwo. Region. Rozwój. Wydawnictwo Difin, Warszawa. Wiktor J.W., Rynek Unii Europejskiej, Koncepcja i zasady funkcjonowania, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2005. www.europa.eu i inne strony związane z funkcjonowaniem jednolitego rynku UE 	
Uwagi: lw	

Wskaźniki ilościowe charakteryzujące moduł/przedmiot:	
Szacunkowa sumaryczna liczba godzin pracy studenta (kontaktowych i pracy własnej) niezbędna dla osiągnięcia zakładanych dla zajęć efektów uczenia się - na tej podstawie należy wypełnić pole ECTS:	65/66
Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia:	1.36/0.88 ECTS

Tabela zgodności kierunkowych efektów uczenia się z efektami przedmiotu:			
Kategoria efektu	Efekty uczenia się dla zajęć:	Odniesienie do efektów dla programu studiów dla kierunku	Oddziaływanie zajęć na efekt kierunkowy*)
Wiedza	1. Absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu doktryny ekonomiczne wyjaśniające złożone zjawiska i procesy gospodarcze oraz zachodzące współzależności między instytucjami i strukturami gospodarczymi na poziomie mikro-, makroekonomicznym i globalnym	EK2_KW01	3
	2. Absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu główne współczesne ekonomiczno-społeczne problemy człowieka i przedsiębiorstwa, regionu i kraju / UE, a także złożone uwarunkowania wpływające na wzmacnianie pozytywnych zmian i ograniczanie negatywnych	EK2_KW04	3
Umiejętności	3. Absolwent potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę ekonomiczną, jak również z innych dziedzin, do identyfikowania, formułowania i twórczego rozwiązywania złożonych problemów gospodarczych	EK2_KU01	3
Kompetencje	4. Absolwent jest gotów do podejmowania i organizowania działalności w zakresie zagadnień gospodarczych w sposób aktywny i przedsiębiorczy	EK2_KK02	2

*) 3 - zaawansowany i szczegółowy, 2 - znaczący, 1 - podstawowy