Opis zajęć (sylabus): 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:	**Turystyka i Rekreacja**		

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-TU-2SZ-X-82-KF-2019**

Koordynator 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:	a. zapoznanie słuchaczy z definicjami, rodzajami oraz funkcją przedsiębiorstw w rozwoju społeczno-gospodarczym b. przekazanie wiedzy na temat procesów integracyjnych oraz polityk unijnych determinujących działalność przedsiębiorstw działających na jednolitym rynku UE c. określenie i analiza barier wejścia i wyjścia przedsiębiorstw unijnych i pozaunijnych na i poza jednolity rynek wewnętrzny d. propagowanie przedsiębiorczości i innowacyjności **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. **Ćwiczenia** 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.
Formy dydaktyczne, liczba godzin:	a. wykład - liczba godzin: stacj: 20, niestacj. 12 b. ćwiczenia audytoryjne - liczba godzin: stacj: 10, niestacj. 4
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:			
	Wiedza - Zna i rozumie:	**Umiejętności - Potrafi:**	**Kompetencje - Jest gotów do:**
	1. Absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu funkcjonowanie jednolitego rynku UE 2. Absolwent zna i rozumie zasady tworzenia i funkcjonowania przedsiębiorstw na jednolitym rynku UE	3. Absolwent potrafi w pogłębiony sposób dokonywać obserwacji i pomiarów w zakresie zjawisk zachodzących w turystyce i rekreacji na jednolitym rynku UE	4. Absolwent jest gotów do prowadzenia działalności w zakresie turystyki i rekreacji w sposób przedsiębiorczy i odpowiedzialny społecznie i ekologicznie na jednolitym rynku UE

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:

1. Gorynia, M. 2000. Strategie przedsiębiorstw w biznesie międzynarodowym. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań.
2. Grzegorczyk, W. 2011. Strategie marketingowe przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
3. Komor, M. 2000. Euromarketing. Strategie marketingowe przedsiębiorstw na eurorynku, PWN, Warszawa.
4. Komor, M. Internacjonalizacja przedsiębiorstw na rynku Unii Europejskiej - ujęcie marketingowe. Seria Ekonomia i zarządzanie, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa.
5. Strużycki, M. (red.) 2011. Przedsiębiorstwo. Region. Rozwój. Wydawnictwo Difin, Warszawa.
6. Wiktor J.W., Rynek Unii Europejskiej, Koncepcja i zasady funkcjonowania, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2005.
7. www.europa.eu i inne strony związane z funkcjonowaniem jednolitego rynku UE

Uwagi:
+, ver-lw, ogólne

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 funkcjonowanie jednolitego rynku UE	TR2_KW03	3
	2. Absolwent zna i rozumie zasady tworzenia i funkcjonowania przedsiębiorstw na jednolitym rynku UE	TR2_KW06	3
Umiejętności	3. Absolwent potrafi w pogłębiony sposób dokonywać obserwacji i pomiarów w zakresie zjawisk zachodzących w turystyce i rekreacji na jednolitym rynku UE	TR2_KU01	2
Kompetencje	4. Absolwent jest gotów do prowadzenia działalności w zakresie turystyki i rekreacji w sposób przedsiębiorczy i odpowiedzialny społecznie i ekologicznie na jednolitym rynku UE	TR2_KK02	3

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