



Przedmiot: International business				
Forma zajęć: ćwiczenia	Semestr: 3	Rok: 2	Wymiar godzin: 30	Punkty ECTS:
Forma zaliczenia: zaliczenie na ocenę		Typ przedmiotu: obowiązkowy		Język nauczania: angielski
Kierunek: Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze			Tryb: stacjonarne	Rodzaj: licencjackie
Specjalność: International Business				
Katedra: Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych				
Stopień naukowy wykładowcy: dr		Imię i nazwisko wykładowcy: Artur Klimek		

Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):

Principles of economics

Program przedmiotu:

1. World economy.
2. International institutions and their role.
2. Economics and socioeconomic forces of international business.
3. Political forces of international business.
4. Sociocultural forces of international business.
5. Forms of internationalisation.
6. Internationalization process of Polish firms.

Metody dydaktyczne:

Case studies, discussion, research projects

Cele przedmiotu:

The module will allow students to develop their understanding of international business. Thanks to the course students will identify the crucial factors of international environment like financial systems, entry barriers and risk assessment which affect firms in their markets, acquisition of materials or labour supply in various parts of the world.

Warunki zaliczenia:

Final multiple test, attendance.

Literatura podstawowa (do 4 pozycji):

1. D. Ball (et. al), International Business: The Challenge of Global Competition, 10th ed., McGraw-Hill Companies, 2005
2. A. Harrison, E. Dalkiran, E. Elsey, International business: global competition from a European perspective, Oxford University Press, 2000
3. M.R. Czinkota, I.A. Ronkainen, M.K. Moffett, International business, 3rd ed. Fort Worth, TX: Dryden Press, 1994
4. G.B. Navaretti, A.J. Vanables, Multinational Firms in the World Economy, Princeton University Press, Princeton-Oxford, 2004

Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):

1. J. Johanson, J.E. Vahlne, The Internationalization Process of the Firm – A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments, Journal of International Business Studies, Vol. 8, issue 1, 1977.
 2. A.M. Rugman, Inside the Multinationals: The Economics of Internal Markets, Columbia University Press, New York 1981
- Students should also monitor current issues in international business by reading The Financial Times and The Economist