



Przedmiot: International management				
Forma zajęć: ćwiczenia	Semestr: 4	Rok: 2	Wymiar godzin: 30	Punkty ECTS: 0
Forma zaliczenia: zaliczenie na ocenę		Typ przedmiotu: obowiązkowy		Język nauczania: angielski
Kierunek: Stosunki Międzynarodowe			Tryb: stacjonarne	Rodzaj: licencjackie
Specjalność: International Business				
Katedra: Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych				
Stopień naukowy wykładowcy: dr		Imię i nazwisko wykładowcy: Aleksandra Kuźmińska-Haberla		

Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):

Principles of management

Program przedmiotu:

1. Functions of management
2. International environment analysis - case study
3. Managing international operations and control - case studies
4. Behavioral factors influencing international management
 - managing the adaptation of corporate culture internationally
 - management of international personnel
5. Functional aspects of international management
6. Legal and socio-ethical issues facing international managers - case studies
7. Examples of management in international business

Metody dydaktyczne:

case studies , the use of audiovisual techniques

Cele przedmiotu:

The aim of the lecture is to acquaint students with the ways of managing an organization in international environment.

Warunki zaliczenia:

Students should pass the test at the end of the semester and prepare presentation

Literatura podstawowa (do 4 pozycji):

1. Deresky H., International Management: Managing Across Borders and Cultures, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey 2000.
2. International Business, R.W. Griffin, M.W. Pustay, Pearson Education, 2007.
3. International Business. The Challenges of Globalization, J.J. Wild, K.L. Han, J.C.Y. Han, Pearson Education, 2008.
4. International Business. Competing in the Global Marketplace, Ch.W.L. Hill, Irwin McGraw-Hill, 1998.

Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):

1. Ferraro G.P., The Cultural Dimension of International Business, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey 2002.
2. Gesteland R.R., Cross – Cultural Business Behavior. Marketing Negotiating and Managing Across Cultures, Copenhagen Business School Press, Copenhagen 2001.