



SPECJALNOŚĆ

EKONOMIA MIĘDZYNARODOWA

STUDIA STACJONARNE II STOPNIA
EKONOMIA



SZANOWNI PAŃSTWO!

Członkostwo Polski w Unii Europejskiej, rozwój stosunków gospodarczych z krajami Europy Wschodniej oraz działalność w naszym kraju inwestorów zagranicznych, to tylko najważniejsze czynniki, które powodują, że obecnie absolwent studiów ekonomicznych musi nabyć wiedzę na temat funkcjonowania w pełni otwartej gospodarki. Polskie firmy prowadzą działalność na Jednolitym Runku Europejskim i muszą sprostać konkurencji ze strony przedsiębiorstw z innych państw. Niezbędna jest im gruntowna wiedza dotycząca prowadzenia biznesu w otoczeniu międzynarodowym. Potrzebują więc pracowników dysponujących właściwymi kwalifikacjami w tym zakresie. Wychodząc na przeciw Państwa potrzebom proponujemy studia na nowej specjalności. Specjalność „**Ekonomia międzynarodowa**” została stworzona z myślą o młodych ludziach, którzy chcą świadomie i aktywnie wpływać na swoje wykształcenie. Dobór wykładanych przedmiotów oraz prowadzących je osób jest determinowany chęcią przekazania nowoczesnej wiedzy i umiejętności praktycznych przygotowujących Państwa do pracy w firmach z udziałem kapitału zagranicznego a także w konkurujących z nimi na rynku przedsiębiorstwach krajowych. Współczesny ekonomista musi mieć pełną świadomość procesów zachodzących w otoczeniu międzynarodowym, umiejętność ich analizy i formułowania wniosków. Takie umiejętności będą bardzo cenione przez Państwa aktualnych i przyszłych pracodawców.



ZESPÓŁ DYDAKTYCZNY:

PROF. DR HAB. BOGUMIŁA MUCHA-LESZKO

DR MAGDALENA KĄKOL

DR MONIKA WOJTAS

DR TOMASZ BIAŁOWĄS

MGR KATARZYNA TWAROWSKA



CEL KSZTAŁCENIA:

1. Przekazanie wiedzy pozwalającej na przygotowanie i podjęcie własnej działalności na rynku UE i na rynkach krajów trzecich.
2. Przygotowanie do pracy w przedsiębiorstwach funkcjonujących w UE i w globalnej przestrzeni gospodarczej.
3. Kwalifikacje do prowadzenia biznesu międzynarodowego na własny rachunek, czy jako pracownika zatrudnionego przez innych pracodawców, powinny obejmować:
 - a) znajomość zasad funkcjonowania rynku globalnego i na rynku Unii Europejskiej, w tym: prawa międzynarodowego, zasad konkurencji, zakresu i instrumentów realizacji polityki gospodarczej w UE, umiejętności przeprowadzenia analizy i oceny sytuacji na rynkach międzynarodowych itp.;
 - b) przygotowanie do przeprowadzenia profesjonalnej analizy i oceny sytuacji w gospodarce światowej i w UE;
 - c) wiedzę dotyczącą strategii realizowanych przez firmy na rynku międzynarodowym.



PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE:

| LP | Przedmiot | Punkty ECTS | Forma zaliczenia | Wymiar godzin | | | II rok | | | |
|-----------------------------------|---|-------------|------------------|---------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | | | Razem | Rodzaj zajęć | | 3 sem | | 4 sem | |
| | | | | | WY | CA | WY | CA | WY | CA |
| Przedmioty specjalnościowe | | | | | | | | | | |
| 1 | Analiza sytuacji w gospodarce światowej | 4 | E | 30 | 15 | 15 | 15 | 15 | | |
| 2 | Międzynarodowa polityka handlowa | 4 | E | 20 | 10 | 10 | 10 | 10 | | |
| 3 | Prawo międzynarodowe | 3 | Z | 20 | 10 | 10 | 10 | 10 | | |
| 4 | Polityka konkurencji w UE | 3 | Z | 20 | 10 | 10 | 10 | 10 | | |
| 5 | Polityka gospodarcza UE | 3 | E | 30 | 30 | 0 | | | 30 | 0 |
| 6 | Konkurencyjność międzynarodowa | 3 | Z | 30 | 15 | 15 | | | 15 | 15 |
| 7 | Marketing międzynarodowy | 2 | Z | 15 | 15 | 0 | | | 15 | 0 |
| 8 | Fundusze pomocowe UE | 2 | Z | 15 | 0 | 15 | | | 0 | 15 |
| | Razem | 24 | | 180 | 105 | 75 | 45 | 45 | 60 | 30 |
| | Razem godziny w semestrze | | | | | | 90 | | 90 | |
| | Punkty ECTS w semestrze | | | | | | 14 | | 10 | |



ANALIZA SYTUACJI W GOSPODARCE ŚWIATOWEJ

Prowadzący: prof. dr hab. Bogumiła Mucha-Leszko

(15 godz. wykład, 15 godz. ćwiczenia, semestr III), forma zaliczenia: egzamin, punkty ECTS - 4

Cele przedmiotu: Przekazanie wiedzy na temat metod i instrumentów analizy gospodarki światowej i przygotowanie słuchaczy do samodzielnego opracowywania raportów, oceny koniunktury w gospodarce światowej oraz sytuacji na rynkach.

Treści merytoryczne przedmiotu: Głównym przedmiotem wykładu jest prezentacja metod i instrumentów analizy procesów rozwoju i koniunktury w gospodarce światowej. Ocena oddziaływania na koniunkturę globalną Stanów Zjednoczonych, Unii Europejskiej, Japonii i Chin. Celem ćwiczeń jest analiza danych statystycznych i formułowanie wniosków stanowiących podstawę oceny sytuacji w gospodarce światowej w wybranych okresach i wybranych dziedzinach oraz wniosków podsumowujących i zarazem charakteryzujących ogólną sytuację gospodarczą na świecie. Analiza sytuacji w gospodarce światowej będzie obejmowała: ogólną sytuację w skali globalnej, sytuację gospodarczą w Stanach Zjednoczonych i w strefie euro.

MIĘDZYNARODOWA POLITYKA HANDLOWA

Prowadzący: dr Monika Wojtas

(10 godz. wykład, 10 godz. ćwiczenia, semestr III), forma zaliczenia: egzamin, punkty ECTS - 4

Cele przedmiotu: 1) Przygotowanie studenta do pracy analityka i doradcy do spraw polityki handlowej, 2) Przygotowanie studenta do prowadzenia własnej transgranicznej działalności handlowej, 3) Uzyskanie kwalifikacji otwierających możliwości



pracy w administracji centralnej na stanowiskach do spraw polityki handlowej oraz w organizacjach międzynarodowych, w tym w korporacjach.

Treści merytoryczne przedmiotu: Analiza procesu rozwoju międzynarodowej polityki handlowej jako rezultatu następujących decyzji: 1) jednostronnych (zagraniczna polityka handlowa krajów), 2) dwustronnych (umowy bilateralne), 3) regionalnych (układy regionalne, jak: UE, NAFTA, APEC, ASEAN, MERCOSUR), 4) multilateralnych (WTO, UNCTAD i OECD). Analiza czynników wpływających na tendencje liberalistyczne i protekcyjnistyczne w międzynarodowej polityce handlowej. Udowodnienie tezy, że liberalizacja wymiany w wymiarze globalnym następuje szybciej w warunkach dominacji jednego centrum, które ma przewagę konkurencyjną i jest zainteresowane wolnym handlem. Multilateralna liberalizacja handlu międzynarodowego na podstawie Układu GATT i w rezultacie utworzenia i działalności WTO. Rola OECD w kształtowaniu zasad międzynarodowej polityki handlowej. Czynniki wpływające na regionalizację polityki handlowej. Przyczyny rozwoju układów bilateralnych i stref wolnego handlu na współczesnym etapie międzynarodowej polityki handlowej oraz bariery w rozwoju polityki multilateralnej.

PRAWO MIĘDZYNARODOWE

Prowadzący: dr Magdalena Kąkol

(10 godz. wykład, 10 godz. ćwiczenia, semestr III), forma zaliczenia: zaliczenie, punkty ECTS - 3

Cele przedmiotu: Zapoznanie słuchaczy z podstawowymi pojęciami i zasadami prawa międzynarodowego publicznego, a w szczególności umowami międzynarodowymi i podstawami prawnymi funkcjonowania organizacji międzynarodowych.

Treści merytoryczne przedmiotu: Podstawowe pojęcia (państwa, prawa międzynarodowego, podmiotowości i odpowiedzialności prawnomiędzynarodowej, źródeł prawa międzynarodowego); Zasady podstawowe (suwerenności państw, samostanowienia narodów, ochrony praw człowieka, wypełniania zobowiązań międzynarodowych); Wiedza o państwie (klasyfikacja państw;



powstanie, uznanie i tożsamość państw, upadek i sukcesja państw oraz elementy państwa: terytorium, ludność i władza); Inne podmioty prawa międzynarodowego (Stolica Apostolska, państwa składowe, wspólnoty powstańcze, terytoria zależne, organizacje międzynarodowe); Status prawny obszarów wodnych, podwodnych, powietrznych i kosmicznych; Organy zagraniczne państw; Organizacje międzynarodowe (klasyfikacja, statuty, członkostwo, struktura i uchwały organizacji międzynarodowych); Umowy międzynarodowe (pojęcie i klasyfikacja umów międzynarodowych, zawieranie, obowiązywanie i wykonywanie umów międzynarodowych, nieważność i wygasanie tego rodzaju umów); Charakterystyka prawa Wspólnot Europejskich (w tym pojęcie organizacji ponadnarodowej, charakter prawny Unii Europejskiej i Wspólnoty Europejskiej, podział kompetencji do stanowienia prawa między WE i państwa członkowskie, pojęcie i klasyfikacje źródeł prawa wspólnotowego), Spory międzynarodowe (pojęcie i klasyfikacja sporów oraz dyplomatyczne i sądowe sposoby załatwiania sporów międzynarodowych).

POLITYKA KONKURENCJI W UE

Prowadzący: dr Magdalena Kąkol

(10 godz. wykład, 10 ćwiczenia, semestr III), forma zaliczenia: zaliczenie, punkty ECTS - 3

Cele przedmiotu: Zapoznanie studentów z najważniejszymi teoriami konkurencji oraz przekazanie wiedzy na temat ewolucji polityki konkurencji UE i jej głównych obszarów, a także różnych form internacjonalizacji tej polityki. Student powinien: 1) potrafić dokładnie określić, które teorie konkurencji były i są podstawą kształtowania polityki i prawa konkurencji w UE; 2) rozumieć cele polityki konkurencji UE i umieć powiązać zmiany w tej polityce z poszczególnymi etapami procesu europejskiej integracji gospodarczej; 3) potrafić wskazać zachowania naruszające konkurencję na wspólnym rynku i wyjaśnić w jaki sposób dochodzi do tego naruszenia; 4) mieć wyższą świadomość własnych kompetencji do prowadzenia działalności gospodarczej w skali UE.



Treści merytoryczne przedmiotu: Znaczenie wspólnotowej polityki konkurencji dla prawidłowego funkcjonowania wspólnego rynku. Wprowadzenie do teorii konkurencji, efekty skali wspólnego rynku i konstrukcja krzywej BE-COMP. Cele, zakres i ewolucja wspólnotowej polityki konkurencji (reguły konkurencji w Traktacie o EWG, polityka konkurencji w latach 1958-1968, tendencje dezintegracyjne i protekcyjnistyczne na rynku wewnętrznym w latach 70., polityka konkurencji na etapach budowy Jednolitego Rynku Europejskiego w latach 1985-1992, zmiany w polityce konkurencji od roku 1993). Charakterystyka głównych obszarów wspólnotowej polityki konkurencji (antykonkurencyjne porozumienia, nadużywanie pozycji dominującej, koncentracja przedsiębiorstw, pomoc państwowa i liberalizacja rynku usług użyteczności publicznej oraz przemysłów sieciowych (monopoli naturalnych). Problem internacjonalizacji polityki konkurencji UE (umowy bilateralne, tworzenie systemu regionalnego i próby multilateralizacji polityki konkurencji w ramach WTO, UNCTAD i ICN).

POLITYKA GOSPODARCZA UE

Prowadzący: prof. dr hab. Bogumiła Mucha-Leszko, dr Magdalena Kąkol, dr Monika Wojtas

(30 godz. wykład, semestr IV), forma zaliczenia: egzamin, punkty ECTS - 3

Cele przedmiotu: Zapoznanie słuchaczy z celami, zasadami i instrumentami polityki gospodarczej realizowanej na poziomie wspólnotowym.

Treści merytoryczne przedmiotu: Pojęcie wspólnotowej polityki gospodarczej i etapy jej rozwoju wynikające z osiągnięcia coraz wyższych stadiów integracji gospodarczej. Zasady prowadzenia polityki gospodarczej UE i podział kompetencji pomiędzy instytucjami UE i władzami narodowymi. Rodzaje polityki wynikające z celów integracji: 1) polityki wspierające funkcjonowanie jednolitego rynku (konkurencji i zewnętrzna polityka handlowa), 2) polityka makroekonomiczna warunkująca efektywne funkcjonowanie Unii Gospodarczej i Walutowej (polityka pieniężna i polityka fiskalna), 3) polityki funkcjonalne (spójności,



badawczo-rozwojowa, ochrony środowiska, społeczna i zatrudnienia oraz wzrostu gospodarczego), 4) polityki sektorowe (energetyczna, rolna, transportu, rozwoju rybołówstwa). Prezentacja zasad i efektów wybranych polityk: konkurencji, handlowej, pieniężnej, fiskalnej i spójności.

KONKURENCYJNOŚĆ MIĘDZYNARODOWA

Prowadzący: dr Tomasz Białowas, mgr Katarzyna Twarowska

(15 godz. wykład, 15 godz. ćwiczenia, semestr IV), forma zaliczenia: zaliczenie, punkty ECTS - 3

Cele przedmiotu: Zapoznanie studentów z pojęciem międzynarodowej konkurencyjności gospodarczej, różnymi jej wymiarami i metodami mierzenia. Kształtowanie umiejętności przeprowadzania analizy porównawczej dotyczącej konkurencyjności krajów w gospodarce światowej i przedsiębiorstw na rynkach międzynarodowych. Zapoznanie studentów z problemem zróżnicowania konkurencyjności w krajach tworzących regionalne ugrupowanie gospodarcze, a zwłaszcza unię walutową i uświadomienie skutków, jakie może mieć taka sytuacja dla całego ugrupowania i dla poszczególnych krajów członkowskich. Promowanie postawy przedsiębiorczości, doceniania roli konkurencji w życiu gospodarczym. Kształtowanie postawy etycznej studenta, który rozumie problemy związane z konkurencyjnością międzynarodową, zwłaszcza problemy krajów rozwijających się.

Treści merytoryczne przedmiotu: Pojęcia pozycji konkurencyjnej, konkurencyjności i zdolności konkurencyjnej gospodarki i przedsiębiorstwa. Teoretyczne koncepcje konkurencyjności. Determinanty konkurencyjności w skali globalnej, krajów, regionów, sektorów i przedsiębiorstw. Wskaźniki konkurencyjności eksportowej, technologicznej, innowacyjnej, regionalnej, piramidy konkurencyjności oraz miary produktywności. Atrakcyjność inwestycyjna krajów i regionów – analiza czynnikowa. Konkurencyjność instytucjonalna. Konkurencyjność krajów i przedsiębiorstw w modelu M. Portera. Konkurencyjność



międzynarodowa Stanów Zjednoczonych, Unii Europejskiej i krajów Azji Wschodniej (w tym m.in. w światowym handlu towarami i usługami, przepływach zagranicznych inwestycji bezpośrednich oraz pod względem innowacyjności gospodarki; konkurencyjność kosztowa, cenowa i pozacenowa). Problem zróżnicowania konkurencyjności w UE, a przede wszystkim w strefie euro. Konkurencyjność międzynarodowa gospodarki Polski. Polityka wspierania konkurencyjności w UE i w wybranych krajach.

MARKETING MIĘDZYNARODOWY

Prowadzący: dr Monika Wojtas

(15 godz. wykład, semestr IV), forma zaliczenia: zaliczenie, punkty ECTS - 2

Cele przedmiotu: Przedstawienie problematyki marketingu na rynkach zagranicznych oraz analizy międzynarodowego otoczenia marketingu. Prezentacja działań w ramach marketingu-mix w kontekście tendencji do adaptacji i standaryzacji. Zapoznanie słuchaczy z zasadami budowy i realizacji strategii marketingowych na rynkach zagranicznych.

Treści merytoryczne przedmiotu: Pojęcie marketingu międzynarodowego. Orientacje międzynarodowe przedsiębiorstw. Internacjonalizacja działalności przedsiębiorstw. Elementy otoczenia międzynarodowego przedsiębiorstw. Otoczenie ekonomiczne, polityczne i prawno-administracyjne, demograficzne, technologiczne, społeczno-kulturowe. Strategie wejścia na rynki zagraniczne: produkcja w kraju /eksport pośredni i bezpośredni/, produkcja za granicą bez zaangażowania kapitałowego, działalność na rynkach zagranicznych z zaangażowaniem kapitałowym. Badania marketingowe rynków zagranicznych. Źródła informacji i zakres badań w poszczególnych fazach wejścia na rynek zagraniczny. Polityka produktu w marketingu międzynarodowym. Podstawowe strategie produktu i ich uwarunkowania. Kształtowanie marki produktu. Standaryzacja i adaptacja produktu w skali międzynarodowej. Ceny w marketingu międzynarodowym. Uwarunkowania strategii cenowych. Ujednolicanie i różnicowanie cen na rynkach zagranicznych. Promocja na rynku międzynarodowym. Komunikacja w marketingu międzynarodowym. Uwarunkowania reklamy w marketingu międzynarodowym. Pozostałe formy promocji-mix w marketingu międzynarodowym.



Dystrybucja w marketingu międzynarodowym. Uwarunkowania wyboru kanałów dystrybucji. Tendencje w dystrybucji na świecie (koncentracja, internacjonalizacja). Organizacja marketingu międzynarodowego w firmie.

FUNDUSZE POMOCOWE UE

Prowadzący: dr Monika Wojtas

(15 godz. ćwiczenia, semestr IV), forma zaliczenia: zaliczenie, punkty ECTS - 2

Cele przedmiotu: Przekazanie studentom wiedzy teoretycznej na temat genezy i funkcjonowania funduszy pomocowych Unii Europejskiej oraz możliwości uzyskania wsparcia finansowego przez podmioty gospodarcze i inne. Przygotowanie do samodzielnego pisania projektów i wypełniania wniosków.

Treści merytoryczne przedmiotu: Podstawy polityki regionalnej UE; Geneza, cele i obszary wsparcia z funduszy UE: Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Europejskiego Funduszu Rolnego, Funduszu Spójności; Podstawowe zasady finansowania rozwoju z funduszy europejskich; Realizacja polityki regionalnej UE w Polsce: Narodowa Strategia Spójności i programy operacyjne oraz ich wdrażanie, zasady ubiegania się o dofinansowanie różnych typów projektów, szczegółowa charakterystyka wybranych działań, przygotowanie projektu i wniosku.



<http://msg.umcs.lublin.pl>

msg@hektor.umcs.lublin.pl