

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Kolegium Studiów



PROGRAM KSZTAŁCENIA

Nazwa kierunku:

International Business

Rok rozpoczęcia kształcenia:

2022/2023

Nabór: zimowy

Poziom kształcenia i forma studiów:

Studia drugiego stopnia stacjonarne i niestacjonarne

Profil kształcenia: ogólnoakademicki

Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta:

magister

Liczba semestrów: 4

Liczba punktów ECTS wymagana do uzyskania tytułu zawodowego: 120

Kurator kierunku:

dr hab. Justyna Matysiewicz, prof. UE, Katedra Badań Konsumpcji

Przyporządkowanie do obszaru uczenia się oraz wskazanie dziedziny i dyscypliny naukowej, do których odnoszą się efekty kształcenia:

- dyscyplina wiodąca: nauki o zarządzaniu i jakości 87%
- dyscypliny dodatkowe: ekonomia i finanse 13%

Związek z misją Uczelni i strategią jej rozwoju:

Kierunek International Business wpisuje się w misję Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, deklarującą dążenie do kształcenia kadry o wysokich kwalifikacjach, bycia otwartym na współpracę międzynarodową i ekspercką, oferowania uczenia się przez całe życie, wspierając przedsiębiorczość, biznes i sektor publiczny.

Program kształcenia oraz sposób funkcjonowania kierunku odzwierciedlają wartości deklarowane jako kluczowe w Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach: jakość, profesjonalizm, innowacyjność, otwartość, współpraca, zaangażowanie i wrażliwość.

Kierunek daje studentom możliwość sprawdzenia się w otoczeniu międzynarodowym poprzez aktywny udział w międzynarodowych projektach dydaktycznych i naukowych, wyjazdy w ramach programów międzynarodowej mobilności studenckiej oraz dzięki możliwości codziennej pracy zespołowej z zagranicznymi studentami, a także dzięki uczestniczeniu w zajęciach prowadzonych przez wykładowców z zagranicznych uczelni.

Program kształcenia zawiera treści pozwalające ukształtować absolwenta na osobę odpowiedzialną społecznie, potrafiącą wdrażać zasady społecznie odpowiedzialnego biznesu w życie gospodarcze. Trening w funkcjonowaniu w ramach różnorodności kulturowej i bezpośrednia styczność z przedstawicielami innych kultur w czasie studiów na

kierunku International Business sprzyja budowaniu postawy wrażliwości kulturowej u naszych absolwentów.

Jakość kształcenia zapewniana jest dzięki dbałości o wszechstronność nauczanych treści, aktualność przekazywanej wiedzy, nowatorskie środki dydaktyczne oraz dobór kadry prowadzących gwarantującej podnoszenie zarówno kompetencji merytorycznych jak i językowych.

W pracy dydaktyków na kierunku International Business widoczna jest orientacja na dostarczanie wiedzy praktycznej. W strukturze programu kształcenia dominują zajęcia o charakterze ćwiczeń i warsztatów. Prowadzący stosują aktywizujące formy dydaktyczne i motywują do pracy zespołowej nad studiami przypadków. Praktyki studenckie, staże, przedmioty na zasadach "consultancy project" oraz spotkania z przedstawicielami świata biznesu doświadczonymi w działalności międzynarodowej służą wzbogaceniu możliwości nauki o bezpośrednie doświadczenie w profesjonalnych warunkach.

Oferowany w Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach dwustopniowy cykl studiowania pozwala studentom uzyskać kompleksową wiedzę i umiejętności profesjonalne w wybranym obszarze. Sposób powiązania treści nauczanych w ramach programu kształcenia na kierunku International Business, na pierwszym i drugim stopniu studiów wskazuje na integralność studiów zarówno wewnątrz kierunku, jak i w powiązaniu ze studiami na innych kierunkach oferowanych w Uczelni i poza nią.

Studia drugiego stopnia na kierunku International Business skonstruowane są w sposób pozwalający studentom zarówno na pogłębienie wiedzy podstawowej uzyskanej na studiach pierwszego stopnia na siostrzanym kierunku International Business i specjalizację w preferowanym obszarze, jak i na uzupełnienie już posiadanej wiedzy z innych dziedzin o międzynarodowy kontekst działania organizacji.

Równocześnie na drugim stopniu studiów oferowane są dwie specjalności. Pierwsza to European Master in Customer Relationship Marketing (skrót MERCURI). Głównym celem dwuletniego programu jest dostarczenie studentom pogłębionej wiedzy na temat krytycznego charakteru relacji między konsumentami, a firmami i markami, a także informacji na temat specyfiki obu stron tych relacji także w kontekście międzynarodowym. Z jednej strony program pozwala na zapoznanie studentów ze złożonością zachowań konsumenckich i ich uwarunkowań, jednocześnie objaśniając zasady, warunki i podstawy decyzji rynkowych klientów. Z drugiej strony, ma wykształcić w studentach umiejętność podejmowania decyzji i zarządzania różnymi działaniami przedsiębiorstwa zmierzającymi do nawiązania długotrwałych relacji z głównymi interesariuszami firmy. Specjalność realizowana jest we współpracy z trzema uniwersytetami europejskimi i daje możliwość uzyskania 2 dyplomów ukończenia studiów. Uniwersytety partnerskie to Université Grenoble Alpes (Francja), Aschaffenburg University of Applied Sciences (Niemcy), Universidad Cardenal Herrera (Hiszpania) i Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach.

Druga to International Master in Intercultural Business (skrót Magellan). Głównym celem dwuletniego programu jest dostarczenie studentom pogłębionej wiedzy na temat teorii, strategii oraz praktyki w zakresie zarządzania międzykulturowego, a w szczególności wiedzy na temat relacji i komunikacji międzykulturowej w biznesie międzynarodowym, oraz umiejętności i kompetencji językowych i społecznych potrzebnych do pracy w globalnych uwarunkowaniach. Program pozwala na zapoznanie studentów z zasadami prowadzenia dialogu międzykulturowego i rozwiązywania konfliktów biznesowych o wymiarze kulturowym, jak również objaśnia zasady, warunki i podstawy budowania relacji B2C, C2C, B2B i innych w środowisku wielokulturowym. Program ma wykształcić w studentach umiejętność podejmowania decyzji i zarządzania przedsiębiorstwem oraz analizowania aktualnych problemów gospodarczych w perspektywie międzykulturowej. Specjalność realizowana jest we współpracy z czterema uniwersytetami europejskimi i daje możliwość uzyskania 3 dyplomów ukończenia studiów. Uniwersytety partnerskie to Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach (Polska), Uniwersytet Debrecen (Węgry), Uniwersytet Ekonomiczny w Warnie (Bułgaria) jak również Uniwersytet Leon (Hiszpania).

Wskazanie ewentualnych dobrych praktyk lub wzorców krajowych i międzynarodowych wykorzystanych przy opisie efektów uczenia się:

Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 26 września 2016 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji typowych dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego po uzyskaniu kwalifikacji pełnej na poziomie 4 - poziomy 6-8. Chłoń-Domińczak A., Sławiński S., Kraśniewski A., Chmielecka E., Polska Rama Kwalifikacji. Wiedza. Umiejętności. Kompetencje społeczne, Instytut Badań Edukacyjnych, Warszawa 2017.

Programy kształcenia innych wiodących uczelni ekonomicznych w Polsce kształcących w zakresie International Business.

Programy kształcenia wiodących uczelni europejskich kształcących w zakresie International Business, International Business Administration lub International Management, takich jak Erasmus University Rotterdam (Holandia), Vienna University of Economics and Business (Austria), University of St. Gallen (Szwajcaria), Bocconi University (Włochy) i wiele innych, a także w zakresie kształcenia wspólnego na europejskim rynku szkolnictwa wyższego np. European Master in Business Studies (EMBS).

Ogólne cele kształcenia oraz sylwetka absolwenta:

Cele kształcenia oraz metody prowadzenia zajęć:

Głównym celem programu kształcenia na kierunku International Business jest przygotowanie kadr gotowych do pracy w organizacjach działających na rynkach międzynarodowych zaraz po opuszczeniu murów uczelni.

Podczas studiów na kierunku International Business studenci realizują unikalny, nowoczesny program z zakresu biznesu międzynarodowego, oparty na solidnych podstawach ekonomii, zarządzania, finansów i prawa, w ujęciu międzynarodowym. Program International Business pozwala studentom zdobywać wiedzę dotyczącą najbardziej aktualnych zjawisk zachodzących w globalnej gospodarce oraz zrozumieć międzynarodowe uwarunkowania prowadzenia biznesu i sposób funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym w przekroju najważniejszych obszarów funkcjonalnych.

W programie kształcenia na kierunku International Business dominują zajęcia wymagające interakcji między prowadzącym a słuchaczami, wykorzystujące aktywizujące formy pracy. Kształcenie odbywa się w formie wykładów interaktywnych, ćwiczeń i warsztatów, laboratoriów językowych, laboratoriów komputerowych oraz zajęć sportowych w wybranych dyscyplinach.

Prowadzący wykorzystują w procesie dydaktycznym zróżnicowane narzędzia wymagające zarówno pracy indywidualnej, jak i skłaniające studentów do pracy w zespołach, również wielokulturowych. W czasie zajęć studenci analizują studia przypadków, prowadzą debaty i dyskusje, przygotowują prezentacje, biorą udział w grach symulacyjnych, tworzą programy komputerowe i pracują z popularnym oprogramowaniem używanym w sytuacjach profesjonalnych.

Wiedzę praktyczną studenci uzupełniają uczestnicząc w zajęciach terenowych, spotkaniach z praktykami biznesu oraz podczas praktyk i staży zawodowych. Do oferty wprowadzono ćwiczenia prowadzone we współpracy z przedstawicielami biznesu (tzw. Consultancy project"), w trakcie których studenci rozwiązują bieżące problemy rynkowe.

Elementy wyróżniające, główne atuty kierunku:

Zajęcia na kierunku prowadzone w całości w języku angielskim, wraz z seminarium dyplomowym. Praca dyplomowa przygotowana jest również w języku angielskim.

Studenci mają możliwość nauki 2 języków obcych na różnym poziomie zaawansowania, w tym jeden na poziomie B2-C1, w wymiarze 4h tygodniowo przez 4 semestry studiów.

Program zapewnia wszechstronne kształcenie obejmujące wszystkie najważniejsze obszary zarządzania przedsiębiorstwem w kontekście międzynarodowym.

Możliwość specjalizacji w wybranym obszarze dzięki przedmiotom do wyboru.

Umiejdzynarodowienie - studenci uczestniczą w programach międzynarodowych typu Intensive Programmes, zajęcia prowadzone są przez wykładowców zagranicznych, studenci aktywnie uczestniczą w realizacji programów w ramach Erasmus+ Strategic Partnership.

Ćwiczenia i formy interaktywne są dominującym sposobem prowadzenia zajęć - nacisk na umiejętność stosowania wiedzy.

W przypadku specjalności MERCURI zajęcia dydaktyczne odbywają się w czterech krajach partnerskich: Polska, Francja, Niemcy i Hiszpania w układzie czterosemestralnym a także studenci mają możliwość nauki w każdym semestrze innego języka obcego, w szczególności języka kraju, w którym odbywają się studia, w wymiarze 2h tygodniowo w każdym z 4 semestrów.

Po ukończeniu studiów student otrzymuje dyplom i Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach i Université Grenoble Alpes (Francja).

Koło naukowe International Business.

Sylwetka absolwenta:

Absolwent studiów na drugim stopniu kierunku International Business powinien rozwinąć swoje kompetencje menadżerskie poznając strategiczne aspekty funkcjonowania międzynarodowych korporacji i grup kapitałowych i/lub poszerzyć swoje umiejętności w zakresie zarządzania międzykulturowego. W efekcie powinien być przygotowany do kompetentnego zarządzania zarówno całym przedsiębiorstwem, jak i poszczególnymi jego działaniami podejmowanymi w międzynarodowym i wielokulturowym otoczeniu. Absolwent tego kierunku może być docelowo zatrudniony na stanowisku menedżerskim w międzynarodowej korporacji i w zależności od wybranej ścieżki kształcenia, zajmować stanowisko dyrektora zarządzającego (CEO), menedżera odpowiedzialnego za finanse przedsiębiorstwa (CFO) lub marketing (CMO). Może też być w dużej międzynarodowej firmie menedżerem produktu/marki (Brand Manager), kierować działem PR i komunikacji (PR & Communications), czy działem kadr (Human Resource). Interesujące perspektywy zatrudnienia rysują się też przed absolwentami tego kierunku w międzynarodowych agencjach badawczych i konsultingowych, reklamowych, PR oraz firmach head hunter'skich.

Absolwent II stopnia studiów na kierunku International Business wykazuje się w szczególności:

- wiedzą ogólną z dziedziny nauk ekonomicznych, wiedzą szczegółową z zakresu biznesu międzynarodowego dotyczącą funkcjonowania i rozwoju organizacji gospodarczych, przede wszystkim dużych przedsiębiorstw, korporacji transnarodowych, w tym funkcjonujących w grupach kapitałowych w międzynarodowym i globalnym otoczeniu;
- zdolnością interpretacji posiadanej wiedzy w celu jej praktycznego wykorzystania do opisu i analizy złożonych problemów z zakresu międzynarodowej działalności przedsiębiorstwa na globalnych rynkach;
- przygotowaniem do aktywnego uczestniczenia w złożonych procesach decyzyjnych odnoszących się do funkcjonowania organizacji w usieciowionym, międzynarodowym i międzykulturowym otoczeniu;
- umiejętnością formułowania problemów i ich rozwiązywania z wykorzystaniem specjalistycznej wiedzy i kompetencji zlokalizowanych w obrębie i poza organizacją, w tym specjalistycznych międzynarodowych firm konsultingowych, badawczych, świadczących usługi biznesowe;
- zdolnością do uczenia się, pozwalającą samodzielnie i w zespole rozwiązywać złożone, wielowymiarowe problemy badawcze przy wykorzystaniu nowoczesnych metod i narzędzi pozyskiwania i przetwarzania informacji;
- zrozumieniem zobowiązań profesjonalnych i społecznych związanych z funkcjonowaniem w wielokulturowym otoczeniu.

Sumaryczne wskaźniki ilościowe charakteryzujące program studiów: -

Opis siatki (uwagi): -

Efekty kształcenia określone dla kierunku

Specjalności / Moduły

brak

Semestr 1

Opis semestru

Language I* / Language II*/ English, German, French, Spanish, Italian, Russian, Chinese, Polish

Semestr: 1 Rodzaj wyboru: kierunkowy Specjalność / Moduł: -				Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne	
Przedmiot	Katedra	Zal.	ECTS	Wykl./Ćw./Lab.	Wykl./Ćw./Lab.	Status
CROSS CULTURE MANAGEMENT	Katedra Zarządzania Międzynarodowego	E	4,0	14 / 14 / -	14 / 8 / -	N
INTERNATIONAL BUSINESS STRATEGY	Katedra Zarządzania Międzynarodowego	Z	4,0	- / 28 / -	- / 16 / -	N
LANGUAGE I	Centrum Języków Obcych	Z	3,0	- / 56 / -	- / 34 / -	OPW
LANGUAGE II	Centrum Języków Obcych	Z	3,0	- / 56 / -	- / 34 / -	OPW
MARKETING MANAGEMENT	Katedra Badań Konsumpcji	E	4,0	14 / 28 / -	14 / 16 / -	N
OPEN-ECONOMY MACROECONOMICS	Katedra Ekonomii	E	4,0	14 / 28 / -	8 / 16 / -	N
QUALITATIVE AND QUANTITATIVE RESEARCH METHODS	Katedra Badań Konsumpcji	Z	4,0	- / 28 / -	- / 16 / -	N
SOCIOLOGY	Katedra Badań Rynkowych i Marketingowych	Z	3,0	14 / - / -	8 / - / -	N
STRATEGIC MANAGEMENT	Katedra Przedsiębiorczości	E	4,0	14 / 28 / -	14 / 16 / -	N

Status: N - przedmiot z zakresu nauk podstawowych, H - przedmiot z obszaru nauk humanistycznych/społecznych, P - przedmiot o charakterze praktycznym, O - przedmiot ogólnouczelniany, W - przedmiot z wyborem studenta

Semestr 2

Opis semestru

Language I* / Language II* / English, German, French, Spanish, Italian, Russian, Chinese, Polish

Semestr: 2 Rodzaj wyboru: kierunkowy Specjalność / Moduł: -				Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne	
Przedmiot	Katedra	Zal.	ECTS	Wykl./Ćw./Lab.	Wykl./Ćw./Lab.	Status
BUSINESS FORECASTING	Katedra Statystyki, Ekonometrii i Matematyki	E	5,0	28 / 28 / -	16 / 16 / -	N
BUSINESS INFORMATION SYSTEM	Katedra Informatyki	E	3,0	14 / 14 / -	14 / 8 / -	N
BUSINESS PSYCHOLOGY	Katedra Badań Konsumpcji	Z	3,0	- / 14 / -	- / 14 / -	OPW
GLOBAL FINANCIAL MARKETS	Katedra Bankowości i Rynków Finansowych	Z	4,0	- / 28 / -	- / 16 / -	N
GLOBAL MARKETING	Katedra Zarządzania Międzynarodowego	Z	4,0	- / 28 / -	- / 16 / -	N
INTERNATIONAL BUSINESS LAW	Katedra Prawa i Ubezpieczeń	E	4,0	28 / - / -	16 / - / -	N
INTERNATIONAL HUMAN RESOURCE MANAGEMENT	Katedra Zarządzania Zasobami Ludzkimi	E	4,0	- / 28 / -	- / 16 / -	N
LANGUAGE I	Centrum Języków Obcych	Z	3,0	- / 56 / -	- / 34 / -	OPW
LANGUAGE II	Centrum Języków Obcych	Z	3,0	- / 56 / -	- / 34 / -	OPW

Status: N - przedmiot z zakresu nauk podstawowych, H - przedmiot z obszaru nauk humanistycznych/społecznych, P - przedmiot o charakterze praktycznym, O - przedmiot ogólnouczelniany, W - przedmiot z wyborem studenta

Semestr 3

Opis semestru

Elective **Module 1*** - 20 ECTS - Aliances, Mergers and Acquisitions, Business Analysis and Valuation, Global Supply Chain Management, R&D and Innovation Management, Leadership Skills Training.

Elective **Module 2*** - 20 ECTS -

Global Consumer Behaviour, Integrated Marketing Communication, International Brand Management, International Communication and Media, Intercultural Skills Training.

Language I* / Language II*/ - English, German, French, Spanish, Italian, Russian, Chinese, Polish

Semestr: 3 Rodzaj wyboru: kierunkowy Specjalność / Moduł: -				Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne	
Przedmiot	Katedra	Zal.	ECTS	Wykł./Ćw./Lab.	Wykł./Ćw./Lab.	Status
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	Katedra Zarządzania Międzynarodowego	Z	4,0	14 / 14 / -	8 / 8 / -	N
LANGUAGE I	Centrum Języków Obcych	E	3,0	- / 56 / -	- / 34 / -	OPW
LANGUAGE II	Centrum Języków Obcych	E	3,0	- / 56 / -	- / 34 / -	OPW
Status: N - przedmiot z zakresu nauk podstawowych, H - przedmiot z obszaru nauk humanistycznych/społecznych, P - przedmiot o charakterze praktycznym, O - przedmiot ogólnouczelniany, W - przedmiot z wyborem studenta						

Semestr: 3 Rodzaj wyboru: do wyboru Specjalność / Moduł: -				Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne	
Przedmiot	Katedra	Zal.	ECTS	Wykł./Ćw./Lab.	Wykł./Ćw./Lab.	Status
ALLIANCES, MERGERS AND ACQUISITIONS	Katedra Zarządzania Międzynarodowego	E	4,0	28 / 14 / -	16 / 8 / -	OW
BUSINESS ANALYSIS AND VALUATION	Katedra Zarządzania Przedsiębiorstwem	E	5,0	14 / 28 / -	14 / 16 / -	OW
GLOBAL CONSUMER BEHAVIOUR	Katedra Badań Konsumpcji	E	5,0	14 / 28 / -	14 / 16 / -	OW
GLOBAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	Katedra Logistyki Ekonomicznej	E	4,0	14 / 28 / -	14 / 16 / -	OW
INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION	Katedra Badań Konsumpcji	E	4,0	- / 28 / -	- / 16 / -	OW
INTERCULTURAL SKILLS TRAINING	Katedra Zarządzania Międzynarodowego	Z	3,0	- / 28 / -	- / 16 / -	OW
INTERNATIONAL BRAND MANAGEMENT	Katedra Badań Konsumpcji	E	4,0	- / 28 / -	- / 16 / -	OW
INTERNATIONAL COMMUNICATION AND MEDIA	Katedra Zarządzania Relacjami	E	4,0	14 / 28 / -	8 / 16 / -	OW

Semestr: 3 Rodzaj wyboru: do wyboru Specjalność / Moduł: -				Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne	
Przedmiot	Katedra	Zal.	ECTS	Wykl./Ćw./Lab.	Wykl./Ćw./Lab.	Status
	Organizacji					
LEADERSHIP SKILLS TRAINING	Katedra Zarządzania Publicznego i Nauk Społecznych	Z	3,0	- / 28 / -	- / 16 / -	OW
R&D AND INNOVATION MANAGEMENT	Katedra Przedsiębiorczości	E	4,0	- / 28 / -	- / 16 / -	OW

Status: N - przedmiot z zakresu nauk podstawowych, H - przedmiot z obszaru nauk humanistycznych/społecznych,
 P - przedmiot o charakterze praktycznym, O - przedmiot ogólnouczelniany, W - przedmiot z wyborem studenta

Semestr 4

Semestr: 4 Rodzaj wyboru: kierunkowy Specjalność / Moduł: -				Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne	
Przedmiot	Katedra	Zal.	ECTS	Wykł./Ćw./Lab.	Wykł./Ćw./Lab.	Status
CONSULTANCY PROJECT	Katedra Badań Konsumpcji	Z	5,0	- / 20 / -	- / 20 / -	PW
INTERNSHIP/PROJECT	Inne	Z	5,0	- / - / -	- / - / -	PW
MASTER THESIS	Inne	Z	20,0	- / 30 / -	- / 30 / -	PW
Status: N - przedmiot z zakresu nauk podstawowych, H - przedmiot z obszaru nauk humanistycznych/społecznych, P - przedmiot o charakterze praktycznym, O - przedmiot ogólnouczelniany, W - przedmiot z wyborem studenta						

Wymagania szczególne

Językiem podstawowym dla kierunku jest język angielski, którego znajomość na poziomie B2 jest wymagana w procesie rekrutacji. Zajęcia z języka angielskiego są obowiązkowe dla studentów do momentu uzyskania biegłej jego znajomości, przynajmniej na poziomie B2+.

Studia na kierunku International Business są płatne.