

Zarządzanie międzynarodowe. Teoria i praktyka

Redakcja naukowa Krzysztof Oblój, Aleksandra Wąsowska

Jest to nowoczesny podręcznik dotyczący zarządzania międzynarodowego. Zawarto w nim wiedzę o organizacji i funkcjonowaniu firm działających w skali globalnej. Autorzy mają nadzieję, że stanie się on inspiracją do prowadzenia kolejnych badań nad najważniejszym wyzwaniem, przed którym stoją polskie firmy XXI wieku – umiędzynarodowieniem działalności.

W książce przedstawiono:

- istotę i znaczenie handlu międzynarodowego,
- formy organizacyjne firm międzynarodowych i źródła ich siły ekonomicznej,
- motywy umiędzynarodowienia działalności firm,
- teorie firmy międzynarodowej,
- strategię i struktury firm międzynarodowych,
- zarządzanie operacyjne (łańcuch wartości firm międzynarodowych)
- zarządzanie finansami w firmach międzynarodowych.

Książka jest przeznaczona dla studentów i wykładowców kierunków ekonomicznych, badaczy umiędzynarodowienia działalności polskich firm, a także praktyków gospodarczych i menedżerów różnych szczebli zarządzania.

Spis treści

Wstęp

Rozdział 1. Globalizacja i handel międzynarodowy w perspektywie historycznej i teoretycznej *(Krzysztof Oblój)*

Wprowadzenie: Janusowe oblicze globalizacji

Historyczny wymiar globalizacji

Ewolucja teorii handlu międzynarodowego: od merkantylizmu do przestrzeni produktowej

Podsumowanie

Rozdział 2. Firma międzynarodowa jako przedmiot badań *(Krzysztof Oblój)*

Wprowadzenie

Złożoność firmy międzynarodowej

Siła ekonomiczna firmy międzynarodowej

Otoczenie instytucjonalne

Znaczenie umiędzynarodowienia firm z gospodarek transformacyjnych dla teorii firmy międzynarodowej

Podsumowanie

Rozdział 3. Motywy umiędzynarodowienia działalności firmy *(Aleksandra Wąsowska)*

Wprowadzenie

Poszukiwanie rynku i efektywności

Poszukiwanie zasobów

Inne motywy

Podsumowanie

Rozdział 4. Formy umiędzynarodowienia działalności *(Aleksandra Wąsowska)*

Wprowadzenie

Sposoby obsługi rynków zagranicznych

Uwarunkowania wyboru form umiędzynarodowienia

Podsumowanie

Rozdział 5. Teorie firmy międzynarodowej *(Aleksandra Wąsowska)*

Wprowadzenie

Perspektywa ekonomiczna: w poszukiwaniu efektywności

Perspektywa organizacyjna: w poszukiwaniu zasobów i kompetencji

Perspektywa instytucjonalna: w poszukiwaniu interesariuszy

Podsumowanie

Rozdział 6. Strategie firmy międzynarodowej: dylematy integracji, responsywności i uczenia się *(Mariola Ciszewska-Mlinarič)*

Wprowadzenie

Mentalność strategiczna firmy

Presje kształtujące strategie firm międzynarodowych

Teoretyczne opcje strategiczne

Podsumowanie

Rozdział 7. Struktury firm międzynarodowych *(Michał Zdziarski)*

Wprowadzenie

Podstawowe cechy struktury organizacji

Struktury firm w procesie umiędzynarodowienia

Zasady projektowania struktury organizacyjnej

Rola centrali, regionów i filii

Struktura jako sieć i heterarchia

Podsumowanie

Rozdział 8. Zarządzanie operacyjne: łańcuch wartości firm międzynarodowych *(Marcin Pawłowski)*

Wprowadzenie

Łańcuch wartości

Lokalizacja operacji w ramach globalnego łańcucha wartości

Integracja pionowa firmy w ramach łańcucha wartości

Łańcuch wartości w początkowej fazie umiędzynarodowienia

Zaangażowanie kapitałowe w budowę ogniw międzynarodowego łańcucha wartości

Podsumowanie

Rozdział 9. Zarządzanie finansami firmy międzynarodowej *(Mieczysław Grudziński)*

Wprowadzenie

Co różni finanse firmy międzynarodowej i firmy lokalnej?

Struktura i koszt kapitału firm międzynarodowych
Zarządzanie ryzykiem finansowym w firmie międzynarodowej
Finansowe motywy przejść w strategii umiędzynarodowienia
Podsumowanie

Aneks. Operacjonalizacja głównych zmiennych w badaniach umiędzynarodowienia firm

(Mieczysław Grudziński, Krzysztof Oblój, Marcin Pawłowski, Aleksandra Wąsowska, Michał Zdziarski)

Karty rozdziałów