



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

Sylabus předmětu International Entrepreneurship

Isobel Cunningham, PhD., MSc, BA Hons

CO ZÍSKÁTE STUDIEM A ABSOLVOVÁNÍM TOHOTO PŘEDMĚTU

Cíl předmětu: Odborná literatura uvádí tři hlavní překážky bránící internacionalizaci podnikatelských firem: nedostatek znalosti zahraničního trhu, omezené lidské i finanční zdroje a inherentní nedostatky v řízení. Rozvoj podnikatelské schopnosti firem a manažerských týmů je významný cíl veřejné politiky a podpora podnikání mezi studenty je životně důležitá. Cílem tohoto modulu MBA je poskytnout studentům potřebné znalosti a dovednostmi při vytváření flexibilnějších postojů k riziku a stimulovat podnikatelské chování. Kromě poskytnutí teoretických základů z vycházejícího proudu literatury v oboru se budeme věnovat praktickým přístupům zahrnujícím on-line výzkum, komunikaci, prezentaci, týmovou práci a rozhodovací schopnosti.

Obsah předmětu:

Zaměříme se na následující oblasti:

- Úvod do podnikání a inovací a teorií podnikatelského chování;
- Přehled překážek mezinárodního podnikání;
- Analýza etnicity, financování podnikání, genderu;
- Pochopení různých forem podnikání.

OBLASTI A TÉMATA, V NICHŽ MŮŽETE S LEKTOREM/LEKTORKOU KONZULTOVAT

- **Oblast 1** - Poskytnutí úvodu do oblasti podnikání. Umožnit studentům pochopit charakteristiky podnikatelů. Poskytnout studentům případové studie nejrůznějších podnikatelů.
- **Oblast 2** - Motivace a bariéry mezinárodního podnikání. Vybavit studenty pochopením toho, co podněcuje člověka, aby se stal podnikatelem a působil na mezinárodní úrovni. Jaký má technologie vliv na tento proces. Pochopit různé překážky, kterým podnikatelé čelí, když formují a budují nový podnik. Porozumět důsledkům těchto překážek na směr firmy.
- **Oblast 3** - Porozumění důležitosti podnikatelského týmu: Pochopit vznik podnikatelských týmů: proces formování, vývojový proces, dynamiku mezi členy týmu, změny, které se vyskytují v týmu a důvod těchto změn. Zaměřit se na tvůrčí odvětví digitálních multimédií a zejména na průmysl videoher (to bylo ohnisko mého disertačního výzkumu).
- **Oblast 4** - Úloha podnikatelského týmu na mezinárodní podnikání: Tato kapitola navazuje na předchozí a zaměřuje se na roli týmu v růstu/mezinárodním podnikání. Zda tým působí jako motivace k internacionalizaci. Vliv různých členů týmu na vzorec růstu. Charakteristiky, které tým vykazuje, když vstoupí na globální trh.



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

- **Oblast 5** - Podnikatelské rozhodování: Poskytnout porozumění rozhodovacímu procesu v rámci podnikatelů a podnikatelských týmů. Pochopit význam sítí na proces rozhodování, a to jak silné tak slabé vazby.
- **Oblast 6** - Finance a mezinárodní podnikání. Cílem je porozumět zdrojům financování v mezinárodních podnicích: investoři rizikového kapitálu, firemní fondy rizikového kapitálu a business angels. Porozumět bariérám a výhodám využití každého z těchto zdrojů. Poskytnout praktické příklady a případové studie firem, které využívají různé zdroje financování.

ZPŮSOB ABSOLVOVÁNÍ PŘEDMĚTU

Předmět je zakončen zpracováním písemné práce.

STUDIJNÍ LITERATURA A DALŠÍ ZDROJE

Podpůrné studijní materiály zpracované lektorem (k dispozici online ve studijním systému)

Doporučená studijní literatura:

- Carter, S., & Jones-Evans, D. (2012). Enterprise and small business: principles, practice and policy - 3rd Edition. Harlow: Pearson Education Limited.
- Forbes, D. P., Borchert, P. S., Zellmer-Bruhn, M. E. & Sapienza, H. J. (2006). Entrepreneurial Team Formation: An Exploration of New Member Addition. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (2). 225-248.
- Hisrich, R. D. (2013). *International Entrepreneurship; starting, developing and managing a global venture - 2nd edition*. London: SAGE Publications, Inc.
- Jorgensen, F., & Ulhoi, J. P. (2010) Enhancing innovation capacity in SMEs through early network relationships. *Creativity and Innovation Management*, 19 (4). 397-404.
- Loane, S., Bell, J., & Cunningham, I. (2014). Entrepreneurial founding team exits in rapidly internationalising SMEs: A double edged sword. *International Business review*, 23 (2). 468-477. *Business Review*, 89 (10), 123-128.
- Moffett, M. (2000). The Far East Trading Company. *Thunderbird International Business Review*, 42 (1). 113-125.
- Ricks, D. A. (2006). *Blunders in International Business (4th ed.)*. Malden, MA: Blackwell Publishing.