

# Spis treści

## Wstęp

1. Małe i średnie przedsiębiorstwa we współczesnej gospodarce
  - 1.1. Ilościowe i jakościowe kryteria wyodrębniania wielkości przedsiębiorstw
  - 1.2. Definiowanie małych i średnich przedsiębiorstw w wybranych krajach świata
    - 1.2.1. Definicja MŚP w Unii Europejskiej
    - 1.2.2. Definiowanie MŚP przez organizacje międzynarodowe
    - 1.2.3. Klasyfikacje MŚP w Stanach Zjednoczonych, Japonii i Rosji
  - 1.3. Rola małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce
    - 1.3.1. Dyskurs historyczno-teoretyczny
    - 1.3.2. MŚP a wzrost gospodarczy
    - 1.3.3. MŚP a zatrudnienie
2. Motywy i instrumenty internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw
  - 2.1. Motywy internacjonalizacji przedsiębiorstw
  - 2.2. Sposoby wejścia przedsiębiorstw na rynki zagraniczne
  - 2.3. Wybór sposobu wejścia na rynek zagraniczny
  - 2.4. Ocena stopnia internacjonalizacji przedsiębiorstw
3. Teorie internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw
  - 3.1. Typologia teorii internacjonalizacji przedsiębiorstw
  - 3.2. Modele etapowej internacjonalizacji
    - 3.2.1. Założenia podejścia etapowego
    - 3.2.2. Uppsalski model internacjonalizacji (U-model)
    - 3.2.3. Krytyka modeli etapowych
  - 3.3. Modele zasobowe
    - 3.3.1. Podstawowe założenia
    - 3.3.2. Zasobowo-sektorowy model internacjonalizacji MŚP
  - 3.4. Internacjonalizacja MŚP poprzez sieci
    - 3.4.1. Założenia podejścia sieciowego
    - 3.4.2. Zrewidowany model uppsalski
    - 3.4.3. Model czterech przypadków J. Johansona i L.-G. Mattssona
  - 3.5. Holistyczne podejście do internacjonalizacji
    - 3.5.1. Założenia koncepcji zintegrowanych
    - 3.5.2. Model R. Fletchera
    - 3.5.3. Model J. Bella, S. McNaughtona, S. Younga i D. Cricka
4. Przedsiębiorczość międzynarodowa jako nowy obszar badań w teorii internacjonalizacji
  - 4.1. Istota i znaczenie przedsiębiorczości
  - 4.2. Podejścia do przedsiębiorczości i kierunki badań nad przedsiębiorczością
  - 4.3. Międzynarodowe badania komparatystyczne przedsiębiorczości
  - 4.4. Pojęcie przedsiębiorczości międzynarodowej
  - 4.5. Delimitacja obszaru badań szkoły przedsiębiorczości międzynarodowej
  - 4.6. Ogólny model przedsiębiorczości międzynarodowej H. Etemada
  - 4.7. Zintegrowany model przedsiębiorczości międzynarodowej S.A. Zahry

i G. George'a

## 5. Strategie internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw

### 5.1. Pojęcie strategii w naukach ekonomicznych

### 5.2. Poziomy strategii, ich treść i rodzaje

#### 5.2.1. Uwagi ogólne

#### 5.2.2. Strategie podstawowe i ogólne strategie konkurencji

#### 5.2.3. Strategie przedsiębiorcze

### 5.3. Typologia strategii internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw

#### 5.3.1. Uwagi ogólne

#### 5.3.2. Strategie ze względu na ogólne dostosowanie

#### 5.3.3. Strategie ze względu na orientację międzynarodową

#### 5.3.4. Strategie ze względu na stopień integracji działań w skali międzynarodowej

#### 5.3.5. Strategie ze względu na stopień geograficznej koncentracji i rozproszenia

#### 5.3.6. Strategie w układzie produkt-rynek

### 5.4. Proces formułowania i realizacji strategii internacjonalizacji

## 6. Konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw na rynkach międzynarodowych

### 6.1. Pojęcie i kierunki rozwoju badań nad konkurencyjnością

### 6.2. Wybrane modele konkurencyjności

#### 6.2.1. Modele konkurencyjności gospodarek

#### 6.2.2. Modele konkurencyjności przedsiębiorstw

### 6.3. Metody i mierniki konkurencyjności

#### 6.3.1. Pomiar konkurencyjności gospodarek

#### 6.3.2. Pomiar konkurencyjności przedsiębiorstw

### 6.4. Czynniki konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw

### 6.5. Konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw a ich rozwój międzynarodowy

## 7. Kontekst europejski biznesu międzynarodowego w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw

### 7.1. Specyfika biznesu europejskiego

### 7.2. Charakterystyczne cechy zarządzania europejskiego

### 7.3. Swoistość marketingu europejskiego

### 7.4. Zjednoczeni w różnorodności

#### 7.4.1. Znaczenie różnic kulturowych w biznesie

#### 7.4.2. Mapa kultury przedsiębiorczości w Europie według J. Mole'a

#### 7.4.3. Kulturowe modele zachowań w biznesie europejskim według R.R. Gestelanda

Zakończenie

Literatura