

**Karta przedmiotu**

Nazwa i kod przedmiotu	Kulturowe uwarunkowania biznesu międzynarodowego (Ćw. audytoryjne), PG_00053585						
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2024/2025				
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów				
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni				
Rok studiów	1	Język wykładowy	polski brak				
Semestr studiów	1	Liczba punktów ECTS	1.0				
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	zaliczenie				
Jednostka prowadząca	Wydział Ekonomiczny -> Katedra Zrównoważonych Procesów Rynkowych						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Katarzyna Baładynowicz-Panfil					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu	dr Katarzyna Osiecka-Brzeska					
		dr Katarzyna Baładynowicz-Panfil					
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	15.0	0.0	0.0	0.0	15
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów	Udział w konsultacjach	Praca własna studenta		RAZEM	
	Liczba godzin pracy studenta	15	0.0	0.0		15	
Cel przedmiotu	<p>Zapoznanie studentów z najnowszymi badaniami z zakresu kulturowych warunków prowadzenia działalności gospodarczej.</p> <p>Przygotowanie studentów do efektywnej komunikacji i działania w międzykulturowym środowisku biznesowym ze szczególnym uwzględnieniem pracy w międzynarodowych firmach.</p> <p>Tworzenie podstaw dla dalszej edukacji międzykulturowej z perspektywie zasad, wynikających z inteligencji kulturowej.</p>						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[MSGMU2_K01] jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy z zakresu ekonomii w procesie identyfikacji i rozwiązywania problemów w obszarze międzynarodowych stosunków gospodarczych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z ich samodzielnym rozwiązaniem	Student jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy z zakresu ekonomii w procesie identyfikacji i rozwiązywania problemów w obszarze międzynarodowych stosunków gospodarczych oraz międzykulturowych, uznaje rolę doradczą ekspertów w rozwiązywaniu problemów w tym środowisku.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[MSGMU2_U12] potrafi kierować pracą zespołu oraz współdziałać i pracować w zespole, w szczególności międzynarodowym, przyjmując w nim wiodącą rolę	Student potrafi kierować pracą zespołu oraz współdziałać i pracować w zespole, w szczególności międzykulturowym, przyjmując w nim wiodącą rolę organizatora i inicjatora prac	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego
	[MSGMU2_K03] jest gotów do aktywnego uczestniczenia w grupach, organizacjach i instytucjach realizujących profesjonalne projekty dotyczące funkcjonowania podmiotów gospodarczych w warunkach globalizacji i rozwoju procesów integracyjnych	Student jest gotów do aktywnego uczestniczenia w grupach i instytucjach realizujących profesjonalne międzynarodowe i międzykulturowe projekty dotyczące funkcjonowania podmiotów gospodarczych w otoczeniu globalizującym się i integrującym	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSGMU2_K07] jest gotów do przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej i społecznej odpowiedzialności biznesu, uwzględnia zmieniające się potrzeby społeczne, szanuje różnorodność poglądów i kultur, jest profesjonalny i lojalny wobec pracodawcy	Student jest gotów do przestrzegania i rozwijania zasad etyki społecznej odpowiedzialności biznesu, uwzględnia zmieniające się potrzeby społeczne w różnych krajach, szanuje różnorodność kultur, jest profesjonalny i lojalny wobec pracodawcy	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[MSGMU2_K05] jest gotów do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego, inspirowania oraz organizowania projektów na rzecz środowiska i otoczenia biznesu międzynarodowego, w zgodzie z ideą zrównoważonego rozwoju i wynikającymi z niej wymaganiami prawnymi, ekonomicznymi, ekologicznymi, politycznymi i społecznymi	Student jest gotów do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego, inspirowania oraz organizowania projektów na rzecz międzykulturowego otoczenia biznesu międzynarodowego, w zgodzie z ideą zrównoważonego rozwoju i wynikającymi z niej wymaganiami społecznymi i humanitarnymi	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSGMU2_W14] posiada pogłębioną wiedzę o człowieku jako jednostce podejmującej decyzje ekonomiczne, działającej w strukturach społecznych i jednostkach organizacyjnych, w szczególności w przedsiębiorstwach działających na rynku międzynarodowym	Student posiada pogłębioną wiedzę o człowieku jako jednostce podejmującej decyzje w strukturach społecznych i biznesowych, w szczególności w przedsiębiorstwach działających w otoczeniu międzykulturowym.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[MSGMU2_W10] dysponuje pogłębioną wiedzą z zakresu uwarunkowań prawnych, kulturowych i finansowych związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej, w szczególności o charakterze międzynarodowym	Student dysponuje pogłębioną wiedzą z zakresu uwarunkowań kulturowych związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej w otoczeniu międzynarodowym i międzykulturowym.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW3] opracowanie tekstowe/praca pisemna

	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[MSGMU2_W09] dysponuje pogłębioną wiedzą dotyczącą wybranych obszarów funkcjonowania współczesnego przedsiębiorstwa w otoczeniu krajowym i międzynarodowym, rozumie uwarunkowania, zasady i konsekwencje decyzji podejmowanych w jego strukturach mające na celu rozwój oraz zależności zachodzące między przedsiębiorstwami na rynku międzynarodowym	Student dysponuje pogłębioną wiedzą dotyczącą funkcjonowania współczesnego przedsiębiorstwa w otoczeniu międzynarodowym, rozumie uwarunkowania kulturowe, zasady i konsekwencje decyzji podejmowanych w międzynarodowych strukturach przedsiębiorstw, mające na celu rozwój oraz zależności zachodzące między przedsiębiorstwami w otoczeniu międzykulturowym.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW3] opracowanie tekstowe/praca pisemna [SW5] realizacja zadania problemowego
	[MSGMU2_U04] potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania złożonych problemów związanych z funkcjonowaniem podmiotów gospodarczych na rynku międzynarodowym, ze szczególnym uwzględnieniem rynku Unii Europejskiej	Student potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu uwarunkowań kulturowych do formułowania i rozwiązywania złożonych problemów związanych z funkcjonowaniem przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym, ze szczególnym rynku unijnego	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[MSGMU2_U08] potrafi komunikować się w międzynarodowym i zróżnicowanym kulturowo otoczeniu, z użyciem zaawansowanej terminologii z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych; popiera własne stanowisko, wątpliwości i sugestie argumentacją opartą na wybranych teoriach, poglądach różnych autorów i/lub danych statystycznych	Student potrafi komunikować się w międzykulturowym otoczeniu, z użyciem zaawansowanej terminologii z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych oraz zarządzania międzynarodowego; w dyskusji stosuje argumentację opartą na wybranych teoriach, literaturze przedmiotu oraz danych statystycznych	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport

Treści przedmiotu	<p>1. Uwarunkowania kulturowe w działalności międzynarodowej przedsiębiorstw:  a/ podstawowe obszary wykorzystania znajomości różnic kulturowych, wskaźnik kulturowy, tolerancja kulturowa, zdobywanie umiejętności komunikacji międzykulturowej, idea porozumienia międzykulturowego, bariery komunikacji międzynarodowej;  b/ definicje i zakres kultury narodowej, wybrane klasyfikacje kultury, globalizacja i regionalizacja kultury, homogenizacja potrzeb konsumentów i heterogeniczność kulturowa;  c/ macDonaldyzacja, konwergencja i dywergencja kulturowa.</p> <p>2. Zarządzanie różnicami kulturowymi w biznesie międzynarodowym:  a/ strategię zarządzania zróżnicowanym kulturowym otoczeniem;  b/ obszary prowadzenia działalności gospodarczej a uwarunkowania kulturowe;  c/ adaptacja i standaryzacja w kontekście różnic kulturowych.</p> <p>3. Stereotypy kulturowe:  a/ istota i przyczyny powstawania stereotypów, stereotypy a uprzedzenia, etnocentryzm;  b/ dyskryminacja ze względu na różnice kulturowe, etapy zapoznawania się z inną kulturą.</p> <p>4. Różnice kulturowe a różnorodność jednostkowa:  a/ czynniki określające indywidualne różnice w osobowości, kultura a osobowość;  b/ uwarunkowania zachowywania się jednostki, znaczenie osobowości w biznesie.</p> <p>5. Koncepcja podejścia do czasu:  a/ znaczenie czasu dla funkcjonowania jednostki, postrzeganie czasu przez przedstawicieli różnych kultur;  b/ kultury polichroniczne i monochroniczne, rola czasu w biznesie.</p> <p>6. Znaczenie płci w kulturach narodowych:  a/ społeczne role kobiet i mężczyzn, różnice w postrzeganiu płci w różnych kulturach, dyskryminacja ze względu na płeć i jej konsekwencje;  b/ postrzeganie płci w relacjach międzynarodowego biznesu.</p> <p>7. Podstawowe religie i ideologie światowe:  a/ znaczenie religii w poszczególnych kulturach i krajach;  b/ charakterystyka najważniejszych religii światowych;  c/ ideologia jako czynnik warunkujący zachowanie jednostki;  d/ różnice religijne i ideologiczne w komunikacji międzykulturowej.</p> <p>8. Tradycja w kulturze:  a/ tradycje, święta i obrzędy w wybranych kulturach (krajach);  b/ wpływ obrzędów na kulturę biznesu;  c/ znaczenie tradycji w prowadzeniu biznesu międzynarodowego.</p> <p>9. Komunikacja międzykulturowa w działalności przedsiębiorstw:  a/ istota komunikowania się, komunikacja werbalna jako proces przekazywania informacji;  b/ charakterystyka najważniejszych języków świata;  c/ rola języka w komunikacji, bariery komunikacji na styku kultur, zasady efektywnej komunikacji międzykulturowej.</p> <p>10. Komunikacja niewerbalna:  a/ znaczenie kontekstów w porozumiewaniu się, podstawowe elementy komunikacji niewerbalnej;  b/ kultury ekspresyjne i powściągliwe;  c/ znaczenie komunikacji niewerbalnej dla biznesu.</p> <p>11. Koncepcje władzy i hierarchii w różnych kulturach:  a/ kultura narodowa a kultura organizacji;  b/ kultury indywidualistyczne i kolektywistyczne: społeczeństwo, szkoła, biznes  c/ nawiązywanie i podtrzymywanie kontaktów biznesowych, rozwiązywanie dylematów kulturowych w sferze zarządzania międzynarodowego.</p> <p>12. Kulturowe uwarunkowania prowadzenia rozmów i negocjacji biznesowych:  a/ kultury propartnerskie i protransakcyjne;  b/ znaczenie zagospodarowania wolnego czasu w kontaktach biznesowych, oddzielenie życia prywatnego i zawodowego;  c/ spotkania towarzyskie, elementy rekreacji, sportu w różnych kulturach.</p> <p>13. Uwarunkowania kulturowe działań rynkowych w środowisku międzynarodowym:  a/ rola działań rynkowych w środowisku międzynarodowym;  b/ kultura jako czynnik warunkujący strategię działań międzynarodowych;  c/ podejście do konsumenta i jego potrzeb, komunikacja z otoczeniem;  d/ przykłady wybranych strategii rynkowych w różnych kulturach.</p> <p>14. Zewnętrzne uwarunkowania prowadzenia biznesu w różnych krajach i kulturach:  a/ wybrane klasyfikacje czynników zewnętrznych;  b/ biurokracja, korupcja, przenikanie się polityki i biznesu, rola związków zawodowych;  c/ etyka i prawo w biznesie.</p> <p>15. Całościowa identyfikacja kulturowa wybranych krajów:  a/ sposoby pozyskiwania informacji;  b/ identyfikacja kultury narodowej przez pryzmat wybranych wymiarów kultury;  c/ przykłady krajów oraz Polska na mapie kultur światowych.</p> <p>16. Jak osiągnąć efektywność kulturową:  a/ znaczenie poszczególnych sposobów uczenia się o kulturach;  b/ proces uczenia i jego uwarunkowania w kontekście kultury.</p>												
Wymagania wstępne i dodatkowe	Znajomość podstawowych zasad funkcjonowania globalnych przedsiębiorstw, strategii zarządzania w międzynarodowym otoczeniu, marketingu oraz umiejętność obserwacji świata.												
Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="456 1762 794 1794">Sposób oceniania (składowe)</th> <th data-bbox="801 1762 1139 1794">Próg zaliczeniowy</th> <th data-bbox="1145 1762 1482 1794">Składowa oceny końcowej</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="456 1803 794 1834">aktywność</td> <td data-bbox="801 1803 1139 1834">0.0%</td> <td data-bbox="1145 1803 1482 1834">20.0%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="456 1843 794 1874">prezentacja</td> <td data-bbox="801 1843 1139 1874">0.0%</td> <td data-bbox="1145 1843 1482 1874">30.0%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="456 1883 794 1915">projekt grupowy</td> <td data-bbox="801 1883 1139 1915">0.0%</td> <td data-bbox="1145 1883 1482 1915">50.0%</td> </tr> </tbody> </table>	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	aktywność	0.0%	20.0%	prezentacja	0.0%	30.0%	projekt grupowy	0.0%	50.0%
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej											
aktywność	0.0%	20.0%											
prezentacja	0.0%	30.0%											
projekt grupowy	0.0%	50.0%											

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<p>1. ZENDEROWSKI Radosław, Koziński Bartosz : <i>Różnice kulturowe w biznesie</i>. Warszawa 2012. CeDeWu.</p> <p>2. HOFSTEDE Geert : <i>Kultury i organizacje: zaprogramowanie umysłu</i>. Warszawa 2007. PWE.</p> <p>3. GESTELAND Richard R. : <i>Różnice kulturowe a zachowanie w biznesie</i>. Warszawa 2000. PWN.</p> <p>4. WINKLER Renata : <i>Zarządzanie komunikacją w organizacjach zróżnicowanych kulturowo</i>. Kraków 2008. Oficyna Wolders Kluwer.</p> <p>5. HAMPDEN-TURNER Charles, TROMPENAARS Alfons : <i>Siedem kultur kapitalizmu</i>. Kraków 2006. Dom Wydawniczy ABC.</p> <p>6. MOLE John : <i>W tyglu Europy. Wzorce i bariery kulturowe w przedsiębiorstwach</i>. Warszawa 2000. Prószyński i S-ka.</p> <p>7. ROGERS Everet M., STIENFATT Thomas M. : <i>Intercultural Communication</i>. Illinois 1999. Waveland Press Inc.</p>
	Uzupełniająca lista lektur	<p>1. BAŁANDYNOWICZ-PANFIL Katarzyna : <i>Wpływ zgodności kulturowej podmiotów na procesy połączeniowe w sektorze bankowym (w:) Problemy współczesnej gospodarki światowej</i>. Sopot 2004. Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego.</p> <p>2. BARTOSIK-PURGAT Małgorzata : <i>Otoczenie kulturowe w biznesie międzynarodowym</i>. Warszawa 2010. PWE.</p> <p>3. VERLUYTEN S. Paul : <i>Intercultural Communication in Business and Organisations</i>. Leuven 2009. ACCO.</p>
	Adresy eZasobów	Adresy na platformie eNauczanie:
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<p>Różnice między kulturami według wybranych modeli.</p> <p>Znaczenie różnic kulturowych we współczesnym biznesie.</p> <p>Role społeczne w kontekście kulturowym.</p>	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.