

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Cross-Cultural Business Behaviour (Ćw. audytoryjne), PG_00129959						
Kierunek studiów	International Business (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2023 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	2	Język wykładowy	polski				
Semestr studiów	4	Liczba punktów ECTS	2.0				
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	zaliczenie				
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Zrównoważonych Procesów Rynkowych						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Magdalena Jażdżewska-Gutta					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu	dr Magdalena Jażdżewska-Gutta 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		15.0		20.0	50
Cel przedmiotu	Celem kształcenia jest pomoc studentom w rozpoznaniu międzykulturowych różnic w zachowaniach biznesowych i ich wpływu na skuteczną komunikację; zapoznanie studentów z przekonaniem, wartościami i normami kulturowymi, rozwijanie umiejętności komunikacyjnych w środowisku międzykulturowym i ćwiczenie komunikacji w kontekście biznesowym.						

Efekty uczenia się przedmiotu	<p>Effekt kierunkowy</p> <p>[IBMU2_K06] jest gotowy przestrzegać i rozwijać zasady etyki zawodowej i społecznej odpowiedzialności biznesu, uwzględnia zmieniające się potrzeby społeczne, szanuje różnorodność opinii i kultur</p>	<p>Effekt z przedmiotu</p> <p>Student jest gotowy do przestrzegania i rozwijania zasad etyki biznesu i społecznej odpowiedzialności biznesu, uwzględnia zmieniające się potrzeby społeczne, szanuje różnorodność poglądów i kultur</p>	<p>Sposób weryfikacji i oceny efektu</p> <p>[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK5] realizacja zadania problemowego</p>
	<p>[IBMU2_W09] zna i rozumie uwarunkowania prawne i kulturowe związane z biznesem międzynarodowym</p>	<p>Student zna i rozumie kulturowe uwarunkowania efektywnych zachowań w biznesie międzynarodowym</p>	<p>[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW5] realizacja zadania problemowego</p>
	<p>[IBMU2_U08] potrafi kierować pracą zespołową, współpracować i pracować w zespole, w szczególności międzynarodowym, pełniąc w nim wiodącą rolę</p>	<p>Student potrafi kierować pracą zespołową, współpracować i pracować w zespole międzynarodowym, pełniąc w nim wiodącą rolę;</p>	<p>[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU5] realizacja zadania problemowego [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych</p>
	<p>[IBMU2_K01] jest gotowy uznać znaczenie znajomości międzynarodowego biznesu w procesie identyfikowania i rozwiązywania problemów biznesowych oraz potrzebę konsultacji z ekspertami w przypadku złożonych zagadnień</p>	<p>Student jest gotowy do uznania znaczenia znajomości międzykulturowych zachowań biznesowych w procesie identyfikowania i rozwiązywania problemów biznesowych oraz konieczności zasięgnięcia opinii ekspertów w przypadkach złożonych zagadnień</p>	<p>[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK5] realizacja zadania problemowego</p>
	<p>[IBMU2_U03] potrafi trafnie dobierać i wykorzystywać źródła informacji o biznesie międzynarodowym, oceniać je, krytycznie analizować i kreatywnie interpretować oraz prezentować w nowatorski sposób</p>	<p>Student potrafi trafnie dobierać i wykorzystywać źródła informacji o międzykulturowych zachowaniach biznesowych w biznesie międzynarodowym, oceniać je, krytycznie analizować i kreatywnie interpretować oraz przedstawiać w nowatorski sposób</p>	<p>[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU5] realizacja zadania problemowego [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych</p>
	<p>[IBMU2_W05] zna i rozumie podstawowe dylematy międzynarodowego biznesu związane z globalizacją, integracją, internacjonalizacją i zrównoważonym rozwojem</p>	<p>Student zna i rozumie podstawowe dylematy międzynarodowego biznesu związane z efektywnymi międzykulturowymi zachowaniami biznesowymi w globalnym środowisku</p>	<p>[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW5] realizacja zadania problemowego</p>
<p>Treści przedmiotu</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wstęp. Gra międzykulturowa. Stereotypy. Żelazne zasady biznesu międzykulturowego. 2. Jak interpretować międzykulturowe zachowania biznesowe za pomocą modeli kultury? Studia przypadku 3. Jak dotrzeć z reklamą do różnych kultur? 4. Ćwiczenie międzykulturowych zachowań werbalnych i niewerbalnych. 5. Różnice językowe w środowisku biznesowym. 6. Różnice kulturowe związane z płcią w środowisku biznesowym 7. Religijne różnice kulturowe w środowisku biznesowym 8. Negocjacje w kontekście międzykulturowym. Gra symulacyjna 9. Kompleksowa identyfikacja kulturowa wybranych krajów <p>Wszelkie wątpliwości w zakresie poruszanych zagadnień będzie można rozwiązać podczas konsultacji.</p>		
<p>Wymagania wstępne i dodatkowe</p>	<p>Znajomość podstawowych pojęć zarządzania międzynarodowego, komunikacji międzykulturowej.</p> <p>Zdobyta wiedza potwierdzona zaliczeniem zajęć: International Business, Intercultural Communication in Business.</p>		
<p>Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się</p>	<p>Sposób oceniania (składowe)</p>	<p>Próg zaliczeniowy</p>	<p>Składowa oceny końcowej</p>
	<p>Case study</p>	<p>51.0%</p>	<p>20.0%</p>
	<p>Projekt</p>	<p>51.0%</p>	<p>40.0%</p>
	<p>Aktywność</p>	<p>51.0%</p>	<p>20.0%</p>
	<p>Symulacje</p>	<p>51.0%</p>	<p>20.0%</p>

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ul style="list-style-type: none"> • Intercultural communication, Everett M. Rogers, Thomas M. Steinfatt, Waveland Press, Remland 2007 • Cross-Cultural Business Behavior, Gesteland, Richard R., Copenhagen Business School Press, 2012 • When Cultures Collide: Leading Across Cultures, Lewis, Richard D., Nicholas Brealey Publishing; 3 edition, 2005 • Mind Your Manners, J. Mole, Nicholas Brealey; 3 edition, 2003 • Cultures and Organizations, G. Hofstede, McGraw-Hill Education; 3 edition, 2010 • N.J. Adler, Communicating across Cultural Barriers, International Dimensions of Organizational Behavior (2nd ed.). Boston, MA: PWS-KENT Publishing Company, 1991 <p>For self-study</p> <ul style="list-style-type: none"> • Worlds business cultures and how to unlock them, B. Tomalin, M. Nicks, Thorogood; 2 edition, 2010 • J. House and others, Culture, leadership, and organizations: the GLOBE study of 62 societies, SAGE Publications, Inc; 1 edition, 2004
	Uzupełniająca lista lektur	<p>R. Koudelova, J. Whitelock, A cross-cultural analysis of television advertising in the UK and the Czech Republic, International Marketing Review 18(3), 2001</p> <p>P.K.Morris, J.A. Waldman, Culture and Metaphors in Advertising: France, Germany, Italy, the Netherlands, and the United States, International Journal of Communication 5, 2011</p>
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.