

**Karta przedmiotu**

Nazwa i kod przedmiotu	Cross-Cultural Business Behaviour (Ćw. audytoryjne), PG_00129959						
Kierunek studiów	International Business (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2025/2026				
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 Angielski 100%				
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 Katarzyna Bałandynowicz-Panfil dr Magdalena Jażdżewska-Gutta					
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	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[IBMU2_U08] potrafi kierować pracą zespołową, współpracować i pracować w zespole, w szczególności międzynarodowym, pełniąc w nim wiodącą rolę	Student potrafi kierować pracą zespołową, współpracować i pracować w zespole międzynarodowym, pełniąc w nim wiodącą rolę;	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU5] realizacja zadania problemowego [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[IBMU2_W09] zna i rozumie w sposób pogłębiony uwarunkowania prawne i kulturowe związane z biznesem międzynarodowym	Student zna i rozumie kulturowe uwarunkowania efektywnych zachowań w biznesie międzynarodowym	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW5] realizacja zadania problemowego
	[IBMU2_K06] jest gotowy przestrzegać i rozwijać zasady etyki zawodowej i społecznej odpowiedzialności biznesu, uwzględnia zmieniające się potrzeby społeczne, szanuje różnorodność opinii i kultur	Student jest gotowy do przestrzegania i rozwijania zasad etyki biznesu i społecznej odpowiedzialności biznesu, uwzględnia zmieniające się potrzeby społeczne, szanuje różnorodność poglądów i kultur	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK5] realizacja zadania problemowego
	[IBMU2_U03] potrafi trafnie dobierać i wykorzystywać źródła informacji o biznesie międzynarodowym, oceniać je, krytycznie analizować i kreatywnie interpretować oraz prezentować w nowatorski sposób	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	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU5] realizacja zadania problemowego [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[IBMU2_K01] jest gotowy uznać znaczenie znajomości międzykulturowego biznesu w procesie identyfikowania i rozwiązywania problemów biznesowych oraz potrzebę konsultacji z ekspertami w przypadku złożonych zagadnień	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	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK5] realizacja zadania problemowego
[IBMU2_W05] zna i rozumie w stopniu pogłębionym dylematy międzynarodowego biznesu związane z globalizacją, integracją, internacjonalizacją i zrównoważonym rozwojem	Student zna i rozumie podstawowe dylematy międzynarodowego biznesu związane z efektywnymi międzykulturowymi zachowaniami biznesowymi w globalnym środowisku	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW5] realizacja zadania problemowego	
Treści przedmiotu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wstęp. Gra międzykulturowa. Stereotypy. Żelazne zasady biznesu międzykulturowego.</li> <li>2. Jak interpretować międzykulturowe zachowania biznesowe za pomocą modeli kultury? Studia przypadku</li> <li>3. Jak dotrzeć z reklamą do różnych kultur?</li> <li>4. Ćwiczenie międzykulturowych zachowań werbalnych i niewerbalnych.</li> <li>5. Różnice językowe w środowisku biznesowym.</li> <li>6. Różnice kulturowe związane z płcią w środowisku biznesowym</li> <li>7. Religijne różnice kulturowe w środowisku biznesowym</li> <li>8. Negocjacje w kontekście międzykulturowym. Gra symulacyjna</li> <li>9. Kompleksowa identyfikacja kulturowa wybranych krajów</li> </ol>		
Wymagania wstępne i dodatkowe	<p>Znajomość podstawowych pojęć zarządzania międzynarodowego, komunikacji międzykulturowej.</p> <p>Zdobyta wiedza potwierdzona zaliczeniem zajęć: International Business, Intercultural Communication in Business.</p>		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Aktywność	51.0%	20.0%
	Projekt	51.0%	40.0%
	Case study	51.0%	20.0%
	Symulacje	51.0%	20.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intercultural communication, Everett M. Rogers, Thomas M. Steinfatt, Waveland Press, Remland 2007</li> <li>• Cross-Cultural Business Behavior, Gesteland, Richard R., Copenhagen Business School Press, 2012</li> <li>• When Cultures Collide: Leading Across Cultures, Lewis, Richard D., Nicholas Brealey Publishing; 3 edition, 2005</li> <li>• Mind Your Manners, J. Mole, Nicholas Brealey; 3 edition, 2003</li> <li>• Cultures and Organizations, G. Hofstede, McGraw-Hill Education; 3 edition, 2010</li> <li>• N.J. Adler, Communicating across Cultural Barriers, International Dimensions of Organizational Behavior (2nd ed.). Boston, MA: PWS-KENT Publishing Company, 1991</li> </ul> <p>For self-study</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Worlds business cultures and how to unlock them, B. Tomalin, M. Nicks, Thorogood; 2 edition, 2010</li> <li>• J. House and others, Culture, leadership, and organizations: the GLOBE study of 62 societies, SAGE Publications, Inc; 1 edition, 2004</li> </ul>
	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.