

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Intercultural Communication in Business (Ćw. audytorjne), PG_00129957						
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	3.0				
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	zaliczenie				
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Zrównoważonych Procesów Rynkowych						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Katarzyna Baładynowicz-Panfil					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu	dr Katarzyna Baładynowicz-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	25.0	35.0	75		
Cel przedmiotu	<p>Zapoznanie studentów z najnowszymi badaniami w dziedzinie kulturowych uwarunkowań biznesu.</p> <p>Przygotowanie studentów do skutecznego komunikowania się i działania w międzykulturowym środowisku biznesowym, ze szczególnym naciskiem na pracę w międzynarodowych firmach.</p> <p>Tworzenie podstaw do dalszej edukacji międzykulturowej z wykorzystaniem zasad inteligencji kulturowej.</p>						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[[IBMU2_K01] jest gotowy uznać znaczenie znajomości międzynarodowego biznesu w procesie identyfikowania i rozwiązywania problemów biznesowych oraz potrzebę konsultacji z ekspertami w przypadkach złożonych zagadnień	Student jest gotowy do uznania znaczenia znajomości zasad komunikacji międzykulturowej w procesie identyfikowania i rozwiązywania problemów biznesowych oraz konieczności zasięgnięcia opinii ekspertów w przypadkach złożonych zagadnień.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK5] realizacja zadania problemowego
	[[IBMU2_U03] potrafi trafnie dobrać i wykorzystywać źródła informacji o biznesie międzynarodowym, oceniać je, krytycznie analizować i kreatywnie interpretować oraz prezentować w nowatorski sposób	Student potrafi trafnie dobrać i wykorzystywać źródła informacji dotyczące komunikacji międzykulturowej w biznesie, oceniać je, krytycznie analizować i kreatywnie interpretować oraz przedstawiać w nowatorski sposób.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU5] realizacja zadania problemowego
	[[IBMU2_W09] zna i rozumie w sposób pogłębiony uwarunkowania prawne i kulturowe związane z biznesem międzynarodowym	Student zna i rozumie uwarunkowania kulturowe związane z komunikacją międzykulturową w biznesie.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SW5] realizacja zadania problemowego
	[[IBMU2_U08] potrafi kierować pracą zespołową, współpracować i pracować w zespole, w szczególności międzynarodowym, pełniąc w nim wiodącą rolę	wać oraz przedstawiać w nowatorski sposób. IB2_U08: Student potrafi kierować pracą zespołową, współpracować, komunikować się i pracować w międzynarodowym zespole, pełniąc w nim wiodącą rolę.	[SU3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna [SU5] 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 opinii i kultur.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[[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 komunikacją międzykulturową w globalnym środowisku.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna [SW5] realizacja zadania problemowego

Treści przedmiotu	1. Kulturowe uwarunkowania międzynarodowego biznesu 2. Kultury narodowe 3. Stereotypy kulturowe 4. Różnice kulturowe a różnorodność indywidualna 5. Postrzeganie czasu 6. Znaczenie płci w kulturach narodowych 7. Główne religie i ideologie świata 8. Tradycja w kulturach 9. Komunikacja międzykulturowa w działalności gospodarczej 10. Komunikacja niewerbalna 11. Kulturowe uwarunkowania rozmów i negocjacji 12. Uwarunkowania kulturowe strategii rynkowych w środowisku międzynarodowym 13. Zewnętrzne warunki prowadzenia działalności gospodarczej w różnych krajach i kulturach 14. Kompleksowa identyfikacja kulturowa wybranych krajów														
Wymagania wstępne i dodatkowe	Znajomość podstawowych pojęć zarządzania międzynarodowego, marketingu międzynarodowego.														
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	<table border="1" data-bbox="448 1263 1487 1402"> <thead> <tr> <th data-bbox="448 1263 794 1294">Sposób oceniania (składowe)</th> <th data-bbox="794 1263 1141 1294">Próg zaliczeniowy</th> <th data-bbox="1141 1263 1487 1294">Składowa oceny końcowej</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="448 1294 794 1326">praca grupowa (projekt)</td> <td data-bbox="794 1294 1141 1326">0.0%</td> <td data-bbox="1141 1294 1487 1326">60.0%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="448 1326 794 1357">prezentacja</td> <td data-bbox="794 1326 1141 1357">0.0%</td> <td data-bbox="1141 1326 1487 1357">25.0%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="448 1357 794 1402">aktywność</td> <td data-bbox="794 1357 1141 1402">0.0%</td> <td data-bbox="1141 1357 1487 1402">15.0%</td> </tr> </tbody> </table>			Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	praca grupowa (projekt)	0.0%	60.0%	prezentacja	0.0%	25.0%	aktywność	0.0%	15.0%
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej													
praca grupowa (projekt)	0.0%	60.0%													
prezentacja	0.0%	25.0%													
aktywność	0.0%	15.0%													
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 													
	Uzupełniająca lista lektur	<ul style="list-style-type: none"> • 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.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 • K. Baładynowicz-Panfil., The Role of Older People as Consumers - the Comparative Analysis of Old and New Member States of European Union, "Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe", Vol 15, Nr 1/2012 													
	Adresy eZasobów														
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Wpływ różnic kulturowych na strategie przedsiębiorstw międzynarodowych. Różnice kulturowe w komunikacji biznesowej.														

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.