Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Cross- Cultural Differences (Ćw. audytoryjne), PG_00129863		
Kierunek studiów	International Business (O)		
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2026/2027
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni
Rok studiów	3	Język wykładowy	polski Angielski 100%
Semestr studiów	6	Liczba punktów ECTS	4.0
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 Bałandynowicz-Panfil	
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		

Formy zajęć							
	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30
	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	30	15.0	55.0	100

Cel przedmiotu

(14)Cele kształcenia

Aby pomóc studentom zrozumieć rolę komunikacji międzykulturowej, zwłaszcza w wielokulturowym środowisku biznesowym,

aby umożliwić studentom rozpoznawanie różnic i barier kulturowych oraz pomóc im dostosować się do różnych kultur i radzić

sobie z szokiem kulturowym, a także aby ćwiczyć umiejętności komunikacyjne. Studenci dowiedzą się, jak skutecznie

komunikować się między jednostkami, organizacjami i narodami, aby móc skutecznie zarządzać różnicami międzykulturowymi.

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[IBL3_W01] posiada wiedzę z zakresu ekonomii i finansów, obejmującą krytyczne zrozumienie teorii biznesu międzynarodowego	ma wiedzę z zakresu ekonomii i finansów, obejmującą krytyczne rozumienie teorii komunikacji międzykulturowej	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW5] realizacja zadania problemowego
	[IBL3_K01] jest gotowy do uznania znaczenia wiedzy z zakresu biznesu międzynarodowego w identyfikowaniu i rozwiązywaniu teoretycznych i praktycznych problemów biznesowych; jest gotowy do konsultacji z ekspertami w przypadku napotkania trudności w samodzielnym rozwiązywaniu problemów biznesowych	jest gotów uznać znaczenie wiedzy z zakresu komunikacji międzykulturowej w identyfikowaniu i rozwiązywaniu problemów teoretycznych i praktycznych w biznesie; jest gotowy do konsultacji z ekspertami w przypadku napotkania trudności w indywidualnym rozwiązywaniu problemów biznesowych	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna
	[IBL3_U06] potrafi komunikować się za pomocą terminologii z zakresu biznesu międzynarodowego	potrafi skutecznie komunikować się ponad kulturami,	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[IBL3_U04] potrafi stosować podstawowe regulacje i standardy determinujące działalność gospodarczą	potrafi posługiwać się podstawowymi przepisami i normami określającymi działalność biznesową w różnych kulturach,	[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[IBL3_W06] zna oraz rozumie zależności i regularności między interesariuszami biznesu międzynarodowego, m.in. podmiotami gospodarczymi, instytucjami publicznymi i organizacjami, działającymi na poziomie krajowym, międzynarodowym i międzykulturowym	zna i rozumie relacje i różnice pomiędzy międzynarodowymi interesariuszami biznesowymi m.in. podmiotami gospodarczymi, instytucjami publicznymi, organizacjami funkcjonującymi w przestrzeniach międzykulturowych	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[IBL3_K04] jest gotowy do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	jest gotowy myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy	[SK5] realizacja zadania problemowego
	[IBL3_W02] zna i rozumie podstawowe pojęcia i terminologię z zakresu biznesu międzynarodowego, międzynarodowych stosunków gospodarczych i finansowych oraz dziedzin pokrewnych	zna i rozumie podstawowe pojęcia i terminologię komunikacji międzykulturowej i ram kulturowych	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[IBL3_U01] potrafi interpretować i wyjaśniać zjawiska ekonomiczne, analizować ich przyczyny, przebieg i związki między nimi, wykorzystując nabytą wiedzę z zakresu biznesu międzynarodowego, ekonomii i finansów oraz dziedzin pokrewnych	potrafi interpretować i wyjaśniać zjawiska gospodarcze, analizować ich przyczyny, przebieg i powiązania w obrębie tych zjawisk wykorzystując zdobytą wiedzę z zakresu komunikacji międzykulturowej	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna [SU5] realizacja zadania problemowego
	[IBL3_U09] potrafi pracować indywidualnie i w zespołach, także o charakterze interdyscyplinarnym; potrafi planować i organizować własne zadania oraz prace zespołu	potrafi pracować indywidualnie i w zespołach, także o charakterze interdyscyplinarnym i międzykulturowym; potrafi planować i organizować zadania własne oraz pracę zespołów międzykulturowych	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU5] realizacja zadania problemowego

Treści przedmiotu	1. Wprowadzenie: zrozumienie różnic. Gra międzykulturowa. Dlaczego kultura jest ważna w biznesie rola globalizacji 2. Samoświadomość w komunikacji międzykulturowej. Inteligencja kulturowa. 3. Podstawowe definicje i charakterystyka, różnice między kulturą narodową a kulturą korporacyjną 4. Podstawowe ramy/modele kulturowe 5. Sześciowymiarowy model Hofstede'a 6. Komunikacja werbalna i niewerbalna - definicje 7. Międzykulturowa komunikacja pisemna, ustna i cyfrowa, rola języka, small talk, uprzejmość, zachowanie twarzy, niezgadzanie się, ocenianie wyników i udzielanie negatywnych informacji zwrotnych 8. Komunikacja międzykulturowa z perspektywy wewnątrzorganizacyjnej perspektywa przywództwa i pracy w zespołach międzynarodowych 9. Komunikacja międzykulturowa z perspektywy międzynarodowej i międzyorganizacyjnej: spotkania, wyjazdy służbowe 10. Szok kulturowy, wyjazdy ekspatriantów i szkolenia kulturowe 11. Studium przypadku 12. Prezentacje projektów studentów
Wymagania wstępne i dodatkowe	Znajomość podstawowych pojęć zarządzania międzynarodowego, marketingu międzynarodowego.

Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się

Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
test	51.0%	50.0%
prezentacja (projekt)	51.0%	40.0%
aktywność	0.0%	10.0%

Zalecana lista lektur

Podstawowa lista lektur	Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). Cultures and organizations: software of the mind : intercultural cooperation and its importance for survival. 3rd ed. New York ; London, McGraw-Hill. Tuleja, E.A. (2021). Intercultural Communication for Global Business: How Leaders Communicate for Success (2nd ed.). Routledge.

	Uzupełniająca lista lektur	When Cultures Collide: Leading Across Cultures, Lewis, Richard D., Nicholas Brealey Publishing; 3 edition, 2005 Magala, S. (2005). Cross-Cultural Competence (1st ed.). Routledge. K. Bałandynowicz-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 Meyer, E. (2016). The culture map. PublicAffairs.
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Zasady komunikacji międzykulturowej. Znaczenie kultury w komunikacji.	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.