

**Karta przedmiotu**

Nazwa i kod przedmiotu	Otoczenie kulturowe w biznesie (Konwersatorium), PG_00144630						
Kierunek studiów	Sinologia (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2025/2026		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
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	Wydział Filologiczny						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr hab. Urszula Patocka-Sigłowy				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Dodatkowe informacje: gry symulacyjne, wykład z prezentacją multimedialną, praca w grupach, wykład konwersatoryjny, dyskusja							
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		2.0		18.0	50
Cel przedmiotu	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z istotą wpływu kultury na prowadzenie działalności gospodarczej.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[SINL3_U06] Potrafi posługiwać się podstawowymi ujęciami teoretycznymi, paradygmatami badawczymi i pojęciami w zakresie nauki o kulturze.	Wykorzystując teorie z zakresu nauk o kulturze potrafi rozpoznawać bariery w komunikacji międzykulturowej.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego
	[SINL3_K05] Dostrzega i formułuje problemy moralne i dylematy etyczne związane ze środowiskiem profesjonalnym; poszukuje optymalnych rozwiązań, postępuje zgodnie z zasadami etyki, a także rozwija działanie i myślenie w sposób przedsiębiorczy.	Dostrzega problemy moralne i dylematy etyczne związane z prowadzeniem działalności gospodarczej w środowisku wielokulturowym.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK5] realizacja zadania problemowego
	[SINL3_W06] Ma zaawansowaną wiedzę szczegółową z zakresu wybranych zagadnień ekonomicznych, zorientowaną także na zastosowanie praktyczne w wybranej sferze działalności kulturalnej, medialnej i gospodarczej, przede wszystkim w zakresie współpracy międzynarodowej związanej z obszarem języka polskiego i chińskiego.	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu wybranych zagadnień dotyczących zarządzania, marketingu, negocjacji, zorientowaną na zastosowanie praktyczne w działalności gospodarczej, przede wszystkim w zakresie współpracy międzynarodowej związanej z obszarem języka polskiego i chińskiego.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW5] realizacja zadania problemowego
	[SINL3_K07] Uznaje i szanuje różnice punktów widzenia determinowane różnym podłożem narodowym i kulturowym oraz ma gotowość do działań na rzecz integracji kultur.	Szanuje różnice punktów widzenia determinowane różnym podłożem narodowym i kulturowym oraz podejmuje działania służące integracji kultur i społeczeństw.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK5] realizacja zadania problemowego
	[SINL3_U09] Potrafi rozpoznawać procesy i bariery w komunikacji międzykulturowej.	Potrafi rozpoznawać bariery w komunikacji międzykulturowej oraz stosować narzędzia podnoszące efektywność tej komunikacji.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego
	[SINL3_U04] Umie samodzielnie i pod kierunkiem opiekuna naukowego zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności badawcze, korzystając z różnych źródeł w języku polskim, chińskim i wybranym języku obcym.	Potrafi samodzielnie i pod kierunkiem opiekuna naukowego zdobywać wiedzę potrzebną do analizowania problemów dotyczących zarządzania, marketingu, sfery komunikacji międzykulturowej a także taką analizę przeprowadzić.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego
	[SINL3_W11] Zna metodykę wykonywania zadań, normy, procedury i dobre praktyki stosowane w instytucjach związanych z działalnością kulturalną i gospodarczą w zakresie współpracy międzynarodowej związanej z obszarem języka polskiego i chińskiego.	Zna zasady wykonywania zadań, procedury i normy obowiązujące w organizacjach międzynarodowych, szczególnie tych, które współpracują z podmiotami chińskimi.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW5] realizacja zadania problemowego
	[SINL3_U08] Potrafi posługiwać się podstawowymi ujęciami teoretycznymi, paradygmatami badawczymi i pojęciami w zakresie nauk o komunikacji.	Wykorzystując teorie z zakresu nauki o komunikacji potrafi rozpoznawać bariery w komunikacji międzykulturowej.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego
	[SINL3_W12] Ma wiedzę o odbiorcach kultury i działań gospodarczych, a także podstawową wiedzę o metodach diagnozowania potrzeb i oceny jakości usług.	Ma wiedzę o sposobach diagnozowania potrzeb klientów, oceniania jakości produktów i usług oraz określania motywów działania członków organizacji.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW5] realizacja zadania problemowego

Treści przedmiotu	Otoczenie kulturowe różnorodność definicji kultury narodowej oraz jej elementy (R. Linton, E.B. Taylor, P. Cateor i P. Ghauri, G. Hofstede, E. Hall), kultura a cywilizacja, stereotypy i uprzedzenia bariery wynikające z podłoża kulturowego, główne orientacje kulturowe, różnorodność klasyfikacji i modeli podziałów kultur narodowych. Pojęcie charakteru społecznego i charakteru narodowego. Znaczenie otoczenia kulturowego w biznesie międzynarodowym obszary biznesu międzynarodowego, formy orientacji międzynarodowej przedsiębiorstw. Różnicowanie językowe w międzynarodowej działalności przedsiębiorstw komunikacja jako proces przekazywania informacji, różnorodność językowa rynku międzynarodowego, różnorodność stylów komunikacji werbalnej, kontekst w komunikacji werbalnej, wpływ języka werbalnego na obszary biznesu międzynarodowego. Komunikacja niewerbalna w międzynarodowej działalności przedsiębiorstw. Specyfika zarządzania w organizacji wielokulturowej. Strategie marketingowe na różnych rynkach narodowych: pojęcie marketingu międzynarodowego i globalnego, orientacje międzynarodowe przedsiębiorstw, standaryzacja i adaptacja w marketingu, międzynarodowe otoczenie przedsiębiorstwa (otoczenie ekonomiczno-rynkowe, demograficzne, społeczno-kulturowe, polityczne, prawno-administracyjne), efekt kraju pochodzenia, rodzaje strategii międzynarodowych (od strategii lokalnej do globalnej), realizacja polityki produktu. Negocjacje międzynarodowe: natura negocjacji, techniki kształtowania miejsca negocjacji, bariery negocjacji międzynarodowych, kulturowe różnicowanie stylów negocjowania, główne obszary kulturowego różnicowania stylów negocjacji.			
Wymagania wstępne i dodatkowe				
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	
	oceny częściowe otrzymywane w trakcie semestru z zadań proponowanych przez prowadzącego, w tym zadanie projektowe oraz praca w grupach	51.0%	90.0%	
	aktywny udział w zajęciach i dyskusjach moderowanych	80.0%	10.0%	
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur		Barker C. Studia kulturowe. Teoria i praktyka, Kraków 2003. Griffin E. Podstawy komunikacji społecznej, Gdańsk 2003. Hall E.T., Ukryty wymiar, Warszawa 2003. Hofstede G. Kultury i organizacje. Zaprogramowanie umysłu, Warszawa 2000. Mikułowski-Pomorski J., Komunikacja międzykulturowa, Kraków 1999. Mosty zamiast murów. Podręcznik komunikacji interpersonalnej, red. J. Stewart, Warszawa 2003. Ociepka B. Komunikowanie międzynarodowe, Wrocław 2002. Bartosik-Purgat M., Otoczenie kulturowe w biznesie międzynarodowym, Warszawa 2006. Burszta W. Antropologia kultury, Poznań 1998. Gesteland R. Różnice kulturowe a zachowania w biznesie, Warszawa 2000. Wołowik W., Międzynarodowy język ciała, Kraków 1998.	
	Uzupełniająca lista lektur		Bartmiński J., Językowy obraz świata, Lublin 1999. Dylematy wielokulturowości, red. W. Kalaga, Kraków 2004. Hampden-Turner C., Trompenaars A. Siedem wymiarów kultury, Warszawa 2002. Komunikacja międzykulturowa: zderzenie i spotkania. Antologia tekstów, red. A. Kapciak, A. Tyszka, Warszawa 1996. Nęcki Z., Komunikacja międzyludzka, Kraków 2000.	
	Adresy eZasobów	Adresy na platformie eNauczanie:		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania				
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy			

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.