

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Kulturowe uwarunkowania biznesu międzynarodowego (Ćw. audytoryjne), PG_00170109						
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2025/2026		
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć z obszarów nauk humanistycznych lub nauk społecznych		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	1		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	1		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 Katarzyna Osiecka-Brzeska				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		dr Katarzyna Osiecka-Brzeska				
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		12.0		23.0	50
Cel przedmiotu	Zapoznanie studentów z najnowszymi badaniami z zakresu kulturowych warunków prowadzenia działalności gospodarczej. Przygotowanie studentów do efektywnej komunikacji i działania w międzykulturowym środowisku biznesowym ze szczególnym uwzględnieniem pracy w międzynarodowych firmach. Tworzenie podstaw dla dalszej edukacji międzykulturowej z perspektywie zasad, wynikających z inteligencji kulturowej.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Effekt kierunkowy	Effekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[MSGMU2_U04] potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania złożonych problemów związanych z funkcjonowaniem podmiotów gospodarczych na rynku międzynarodowym, ze szczególnym uwzględnieniem rynku Unii Europejskiej	Student potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu uwarunkowań kulturowych do formułowania i rozwiązywania złożonych problemów związanych z funkcjonowaniem przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym, ze szczególnym rynku unijnego	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna
	[MSGMU2_U08] potrafi komunikować się w międzynarodowym i zróżnicowanym kulturowo otoczeniu, z użyciem zaawansowanej terminologii z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych; popiera własne stanowisko, wątpliwości i sugestie argumentacją opartą na wybranych teoriach, poglądach różnych autorów i/lub danych statystycznych	Student potrafi komunikować się w międzykulturowym otoczeniu, z użyciem zaawansowanej terminologii z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych oraz zarządzania międzynarodowego; w dyskusji stosuje argumentację opartą na wybranych teoriach, literaturze przedmiotu oraz danych statystycznych	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[MSGMU2_W09] dysponuje pogłębioną wiedzą dotyczącą wybranych obszarów funkcjonowania współczesnego przedsiębiorstwa w otoczeniu krajowym i międzynarodowym, rozumie uwarunkowania, zasady i konsekwencje decyzji podejmowanych w jego strukturach mające na celu rozwój oraz zależności zachodzące między przedsiębiorstwami na rynku międzynarodowym	Student dysponuje pogłębioną wiedzą dotyczącą funkcjonowania współczesnego przedsiębiorstwa w otoczeniu międzynarodowym, rozumie uwarunkowania kulturowe, zasady i konsekwencje decyzji podejmowanych w międzynarodowych strukturach przedsiębiorstw, mające na celu rozwój oraz zależności zachodzące między przedsiębiorstwami w otoczeniu międzykulturowym.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna [SW5] realizacja zadania problemowego
	[MSGMU2_W14] posiada pogłębioną wiedzę o człowieku jako jednostce podejmującej decyzje ekonomiczne, działającej w strukturach społecznych i jednostkach organizacyjnych, w szczególności w przedsiębiorstwach działających na rynku międzynarodowym	Student posiada pogłębioną wiedzę o człowieku jako jednostce podejmującej decyzje w strukturach społecznych i biznesowych, w szczególności w przedsiębiorstwach działających w otoczeniu międzykulturowym.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna
	[MSGMU2_K03] jest gotów do aktywnego uczestniczenia w grupach, organizacjach i instytucjach realizujących profesjonalne projekty dotyczące funkcjonowania podmiotów gospodarczych w warunkach globalizacji i rozwoju procesów integracyjnych	Student jest gotów do aktywnego uczestniczenia w grupach i instytucjach realizujących profesjonalne międzynarodowe i międzykulturowe projekty dotyczące funkcjonowania podmiotów gospodarczych w otoczeniu globalizującym się i integrującym	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[MSGMU2_K01] jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy z zakresu ekonomii w procesie identyfikacji i rozwiązywania problemów w obszarze międzynarodowych stosunków gospodarczych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z ich samodzielnym rozwiązaniem	Student jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy z zakresu ekonomii w procesie identyfikacji i rozwiązywania problemów w obszarze międzynarodowych stosunków gospodarczych oraz międzykulturowych, uznaje rolę doradcą ekspertów w rozwiązywaniu problemów w tym środowisku.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[MSGMU2_U12] potrafi kierować pracą zespołu oraz współdziałać i pracować w zespole, w szczególności międzynarodowym, przyjmując w nim wiodącą rolę	Student potrafi kierować pracą zespołu oraz współdziałać i pracować w zespole, w szczególności międzykulturowym, przyjmując w nim wiodącą rolę organizatora i inicjatora prac	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU5] realizacja zadania problemowego

	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[MSGMU2_K07] jest gotów do przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej i społecznej odpowiedzialności biznesu, uwzględnia zmieniające się potrzeby społeczne, szanuje różnorodność poglądów i kultur, jest profesjonalny i lojalny wobec pracodawcy	Student jest gotów do przestrzegania i rozwijania zasad etyki społecznej odpowiedzialności biznesu, uwzględnia zmieniające się potrzeby społeczne w różnych krajach, szanuje różnorodność kultur, jest profesjonalny i lojalny wobec pracodawcy	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[MSGMU2_K05] jest gotów do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego, inspirowania oraz organizowania projektów na rzecz środowiska i otoczenia biznesu międzynarodowego, w zgodzie z ideą zrównoważonego rozwoju i wynikającymi z niej wymaganiami prawnymi, ekonomicznymi, ekologicznymi, politycznymi i społecznymi	Student jest gotów do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego, inspirowania oraz organizowania projektów na rzecz międzykulturowego otoczenia biznesu międzynarodowego, w zgodzie z ideą zrównoważonego rozwoju i wynikającymi z niej wymaganiami społecznymi i humanitarnymi	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSGMU2_W10] dysponuje pogłębioną wiedzą z zakresu uwarunkowań prawnych, kulturowych i finansowych związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej, w szczególności o charakterze międzynarodowym	Student dysponuje pogłębioną wiedzą z zakresu uwarunkowań kulturowych związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej w otoczeniu międzynarodowym i międzykulturowym.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW3] opracowanie tekstowe/praca pisemna

Treści przedmiotu	1. Uwarunkowania kulturowe w działalności międzynarodowej przedsiębiorstw: a/ podstawowe obszary wykorzystania znajomości różnic kulturowych, wskaźnik kulturowy, tolerancja kulturowa, zdobywanie umiejętności komunikacji międzykulturowej, idea porozumienia międzykulturowego, bariery komunikacji międzynarodowej; b/ definicje i zakres kultury narodowej, wybrane klasyfikacje kultury, globalizacja i regionalizacja kultury, homogenizacja potrzeb konsumentów i heterogeniczność kulturowa; c/macDonaldyzacja,konwergencja i dywergencja kulturowa. 2. Zarządzanie różnicami kulturowymi w biznesie międzynarodowym: a/strategie zarządzania zróżnicowanym kulturowym otoczeniem; b/ obszary prowadzenia działalności gospodarczej a uwarunkowania kulturowe; c/ adaptacja i standaryzacja w kontekście różnic kulturowych. 3. Stereotypy kulturowe: a/ istota i przyczyny powstawania stereotypów, stereotypy a uprzedzenia, etnocentryzm; b/ dyskryminacja ze względu na różnice kulturowe, etapy zapoznawania się z inną kulturą. 4. Różnice kulturowe a różnorodność jednostkowa: a/ czynniki określające indywidualne różnice w osobowości,kultura a osobowość; b/ uwarunkowania zachowywania się jednostki, znaczenie osobowości w biznesie. 5. Koncepcja podejścia do czasu: a/ znaczenie czasu dla funkcjonowania jednostki, postrzeganie czasu przez przedstawicieli różnych kultur; b/ kultury polichroniczne i monochroniczne, rola czasu w biznesie. 6. Znaczenie płci w kulturach narodowych: a/ społeczne role kobiet i mężczyzn, różnice w postrzeganiu płci w różnych kulturach, dyskryminacja ze względu na płeć i jej konsekwencje; b/ postrzeganie płci w relacjach międzynarodowego biznesu. 7. Podstawowe religie i ideologie światowe: a/ znaczenie religii w poszczególnych kulturach i krajach; b/ charakterystyka najważniejszych religii światowych; c/ ideologia jako czynnik warunkujący zachowanie jednostki; d/ różnice religijne i ideologiczne w komunikacji międzykulturowej. 8. Tradycja w kulturze: a/ tradycje, święta i obrzędy w wybranych kulturach (krajach); b/ wpływ obrzędów na kulturę biznesu; c/ znaczenie tradycji w prowadzeniu biznesu międzynarodowego. 9. Komunikacja międzykulturowa w działalności przedsiębiorstw: a/ istota komunikowania się, komunikacja werbalna jako proces przekazywania informacji; b/ charakterystyka najważniejszych języków świata; c/ rola języka w komunikacji, bariery komunikacji na styku kultur, zasady efektywnej komunikacji międzykulturowej. 10. Komunikacja niewerbalna: a/ znaczenie kontekstów w porozumiewaniu się, podstawowe elementy komunikacji niewerbalnej; b/ kultury ekspresyjne i powściągliwe; c/ znaczenie komunikacji niewerbalnej dla biznesu. 11. Koncepcje władzy i hierarchii w różnych kulturach: a/ kultura narodowa a kultura organizacji; b/ kultury indywidualistyczne i kolektywistyczne: społeczeństwo, szkoła, biznes c/ nawiązywanie i podtrzymywanie kontaktów biznesowych, rozwiązywanie dylematów kulturowych w sferze zarządzania międzynarodowego. 12. Kulturowe uwarunkowania prowadzenia rozmów i negocjacji biznesowych: a/ kultury propartnerskie i protransakcyjne; b/ znaczenie zagospodarowania wolnego czasu w kontaktach biznesowych, oddzielenie życia prywatnego i zawodowego; c/ spotkania towarzyskie, elementy rekreacji, sportu w różnych kulturach. 13. Uwarunkowania kulturowe działań rynkowych w środowisku międzynarodowym: a/ rola działań rynkowych w środowisku międzynarodowym; b/ kultura jako czynnik warunkujący strategię działań międzynarodowych; c/ podejście do konsumenta i jego potrzeb, komunikacja z otoczeniem; d/ przykłady wybranych strategii rynkowych w różnych kulturach. 14. Zewnętrzne uwarunkowania prowadzenia biznesu w różnych krajach i kulturach: a/ wybrane klasyfikacje czynników zewnętrznych; b/ biurokracja,korupcja, przenikanie się polityki i biznesu, rola związków zawodowych; c/ etyka i prawo w biznesie. 15. Całościowa identyfikacja kulturowa wybranych krajów: a/ sposoby pozyskiwania informacji; b/ identyfikacja kultury narodowej przez pryzmat wybranych wymiarów kultury; c/ przykłady krajów oraz Polska na mapie kultur światowych. 16. Jak osiągnąć efektywność kulturową: a/ znaczenie poszczególnych sposobów uczenia się o kulturach; b/ proces uczenia i jego uwarunkowania w kontekście kultury. Wszelkie wątpliwości związane z tematyką zajęć oraz pytania dotyczące przerabianego materiału są omawiane w ramach konsultacji. Uczestnictwo w konsultacjach umożliwia wyjaśnienie problemów merytorycznych oraz pogłębienie zrozumienia zagadnień związanych z przedmiotem.												
Wymagania wstępne i dodatkowe	Znajomość podstawowych zasad funkcjonowania globalnych przedsiębiorstw, strategii zarządzania w międzynarodowym otoczeniu, marketingu oraz umiejętność obserwacji świata.												
Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się	<table><tr><td>Sposób oceniania (składowe)</td><td>Próg zaliczeniowy</td><td>Składowa oceny końcowej</td></tr><tr><td>prezentacja</td><td>0.0%</td><td>30.0%</td></tr><tr><td>aktywność</td><td>0.0%</td><td>20.0%</td></tr><tr><td>projekt grupowy</td><td>0.0%</td><td>50.0%</td></tr></table>	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	prezentacja	0.0%	30.0%	aktywność	0.0%	20.0%	projekt grupowy	0.0%	50.0%
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej											
prezentacja	0.0%	30.0%											
aktywność	0.0%	20.0%											
projekt grupowy	0.0%	50.0%											

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1. ZENDEROWSKI Radosław, Koziński Bartosz : <i>Różnice kulturowe w biznesie</i>. Warszawa 2012. CeDeWu. 2. HOFSTEDE Geert : <i>Kultury i organizacje: zaprogramowanie umysłu</i>. Warszawa 2007. PWE. 3. GESTELAND Richard R. : <i>Różnice kulturowe a zachowanie w biznesie</i>. Warszawa 2000. PWN. 4. WINKLER Renata : <i>Zarządzanie komunikacją w organizacjach zróżnicowanych kulturowo</i>. Kraków 2008. Oficyna Wolders Kluwer. 5. HAMPDEN-TURNER Charles, TROMPENAARS Alfons : <i>Siedem kultur kapitalizmu</i>. Kraków 2006. Dom Wydawniczy ABC. 6. MOLE John : <i>W tyglu Europy. Wzorce i bariery kulturowe w przedsiębiorstwach</i>. Warszawa 2000. Prószyński i S-ka. 7. ROGERS Everet M., STIENFATT Thomas M. : <i>Intercultural Communication</i>. Illinois 1999. Waveland Press Inc.
	Uzupełniająca lista lektur	1. BAŁANDYNOWICZ-PANFIL Katarzyna : <i>Wpływ zgodności kulturowej podmiotów na procesy połączeniowe w sektorze bankowym (w:) Problemy współczesnej gospodarki światowej</i>. Sopot 2004. Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego. 2. BARTOSIK-PURGAT Małgorzata : <i>Otoczenie kulturowe w biznesie międzynarodowym</i>. Warszawa 2010. PWE. 3. VERLUYTEN S. Paul : <i>Intercultural Communication in Business and Organisations</i>. Leuven 2009. ACCO.
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Różnice między kulturami według wybranych modeli.	
	Znaczenie różnic kulturowych we współczesnym biznesie.	
	Role społeczne w kontekście kulturowym.	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.