

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Otoczenie kulturowe w biznesie (Konwersatorium), PG_00144630						
Kierunek studiów	Sinologia (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2027/2028		
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	Rektor -> 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						
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_K05] Jest gotowa do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy w obrębie zadań związanych z Chinami.	Szanując determinowane różnym podłożem narodowym i kulturowym podejście do działań profesjonalnych, podejmuje inicjatywy służące integracji społeczeństw w zakresie wspólnej działalności gospodarczej w środowisku wielokulturowym.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK5] realizacja zadania problemowego
	[SINL3_U05] Potrafi przedstawiać w formie ustnej i pisemnej różne opinie i stanowiska, oceniać oraz dyskutować o nich.	Potrafi przedstawić w formie ustnej i pisemnej rozwiązania mające na celu nawiązanie i rozwój międzykulturowych relacji profesjonalnych m.in. w obszarze zarządzania, marketingu i negocjacji.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU5] realizacja zadania problemowego
	[SINL3_W07] Zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości dotyczących współpracy z Chinami i chińskim kręgiem cywilizacyjnym.	Zna zasady wykonywania zadań, procedury i normy obowiązujące w organizacjach międzynarodowych, szczególnie tych, które współpracują z podmiotami chińskimi.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SW5] realizacja zadania problemowego
	[SINL3_W01] Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu metodologię, teorie i terminologię, stanowiące podstawową wiedzę ogólną z zakresu nauk o kulturze i religii.	Zna i rozumie teorie z zakresu nauk o kulturze wykorzystywane w procesie identyfikowania barier w komunikacji międzykulturowej.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [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. Ghuari, 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 osiąganych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	aktywny udział w zajęciach i dyskusjach moderowanych	80.0%	10.0%
	oceny częściowe otrzymywane w trakcie semestru z zadań proponowanych przez prowadzącego, w tym zadanie projektowe oraz praca w grupach	51.0%	90.0%
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. Ociełka 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. Tyska, Warszawa 1996. Nęcki Z., Komunikacja międzyludzka, Kraków 2000.	
	Adresy eZasobów		

Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.