Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Komunikacja w biznesie międzynarodowym , PG_00199211		
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)		
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2028/2029
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni
Rok studiów	3	Język wykładowy	polski
Semestr studiów	5	Liczba punktów ECTS	4.0
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	zaliczenie
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Biznesu Międzynarodowego -> Zakład Handlu Zagranicznego		
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Monika Grottel	
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		

Formy zajęć							
	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	30.0	0.0	60
	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	60	0.0	40.0	100

Cel przedmiotu	Student pozna strategie, kanały i style komunikacji, zasady komunikacji werbalnej i niewerbalnej, istote ograniczen i barier w komunikacji w zróżnicowanym kulturowo zespole międzynarodowym. Zapozna sie z praktyka komunikowania sie w biznesie: podczas przygotowywania argumentacji handlowej, materiałow reklamowych (wizytowka), prezentacji, publicznych wystapien, procesu rekrutacji, w czasie zebran handlowych.

Efekty uczenia się przedmiotu

Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
[MSGL3_U14] potrafi współdziałać i pracować w grupie (w tym w środowisku międzynarodowym), przyjmując w niej różne role	Student przygotowuje projekt grupowy na temat barier w komunikacji biznesowej, potrafi współdziałać i pracować w grupie (w tym w środowisku międzynarodowym), przyjmując w niej różne role. Student konsultuje założenia projektu oraz jego postępy z prowadzącym zajęcia podczas konsultacji oraz bloków projektowych. Bloki projektowe ujęte są w planie zajęć publikowanym na stronie internetowej UG.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
[MSGL3_W09] ma wiedzę o człowieku jako jednostce podejmującej decyzje ekonomiczne, działającej w strukturach społecznych i jednostkach organizacyjnych, w szczególności przedsiębiorstwach lub prowadzącej indywidualną działalność gospodarczą	Student ma wiedzę o człowieku jako jednostce podejmującej decyzje ekonomiczne, działającej i komunikującej się w strukturach społecznych i jednostkach organizacyjnych.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
[MSGL3_U09] potrafi komunikować się w międzynarodowym i zróżnicowanym kulturowo otoczeniu, z użyciem pojęć z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych (w powiązaniu z wybraną specjalnością na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze)	Student potrafi komunikować się w międzynarodowym i zróżnicowanym kulturowo otoczeniu.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
[MSGL3_U13] posiada umiejętność przygotowania prezentacji i wystąpień ustnych w języku polskim i języku obcym, dotyczących wybranych zagadnień szczegółowych z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych (w powiązaniu z wybraną specjalnością na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze), z wykorzystaniem ujęć teoretycznych, specjalistycznej terminologii, zasad gromadzenia różnych źródeł danych, ich opisu i interpretacji oraz wnioskowania na bazie literatury naukowej	Student posiada umiejętność przygotowania prezentacji i wystąpień ustnych w języku polskim na wybrany temat dotyczący komunikacji biznesowej.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta

Treści przedmiotu

1. Podstawy teoretyczne komunikacji: definicja komunikacji, proces komunikacji i jego uczestnicy, cechy i warunki skutecznej komunikacji, definicja i zasady formułowania komunikatu, formy wymiany informacji.
2. Strategie i kanały komunikacji: komunikacja masowa, grupowa, zindywidualizowana, osobowa, bezosobowa, udział zmysłów w procesie komunikacji.
3. Zasady komunikacji werbalnej: semantyczne zasady przekazywania komunikatu, sekrety uważnego słuchania.
4. Zasady komunikacji niewerbalnej: kanały komunikacji niewerbalnej - mowa ciała, błędy w komunikacji niewerbalnej.
5. Style komunikacji i typy postaw w procesie komunikacji: postawa agresywna, uległa, asertywna.
6. Zakłócenia i bariery w procesie komunikacji: bariery semantyczne, psychologiczne, środowiskowe i fizyczne, konflikt i sposoby jego rozwiązywania.
7. Manipulacja i wywieranie wpływu w procesie komunikacji: wpływ emocji na proces komunikacji, miejsce i czas jako narzędzia manipulacji, rola mediów społecznościowych.
8. Znaczenie mózgu i ucha w komunikacji biznesowej, połkulowość, argumentacja handlowa.
9. Jak publicznie przemawiać?
10. Zasady przygotowania dobrej prezentacji multimedialnej.
11. Komunikacja w czasie rekrutacji.
12. Komunikacja w grupie pracowniczej, zebrania biznesowe, etyka w biznesie.
13. Komunikacja a wizerunek przedsiębiorstwa.
14. Złote zasady komunikacji.

Wątpliwości powstałe na etapie realizacji projektu tematycznego, rozwiązywania zadań problemowych lub problemy interpretacyjne związane z komunikacją w biznesie międzynarodowym będą wyjaśniane i rozwiązywane podczas bloków projektowych.

<table>
<tr><td>Wymagania wstępne i dodatkowe</td><td colspan="2">Brak</td></tr>
<tr><td>Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się</td><td colspan="2"><table>
<tr><th>Sposób oceniania (składowe)</th><th>Próg zaliczeniowy</th><th>Składowa oceny końcowej</th></tr>
<tr><td>obecność i aktywność na zajęciach</td><td>51.0%</td><td>40.0%</td></tr>
<tr><td>prezentacja projektu grupowego</td><td>51.0%</td><td>40.0%</td></tr>
<tr><td>praca zespołowa</td><td>51.0%</td><td>20.0%</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td rowspan="3">Zalecana lista lektur</td><td>Podstawowa lista lektur</td><td>1. Ch. Hamilton, Skuteczna komunikacja w biznesie, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.
2.
2. Komunikowanie sie w biznesie miedzynarodowym, red. H. Mruk, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznan 2002.
3. E. Meyer, The Culture Map, Public Affairs, 2016.</td></tr>
<tr><td>Uzupełniająca lista lektur</td><td>1. Business Communication for Success, https://open.lib.umn.edu/businesscommunication/.
2. Ł. Dabrowski, Tajniki wystapien publicznych, 101 porad dla prezenterow, Helion, Gliwice 2012.
3. J. Wozniak, Neuromarketing 2.0. Wygraj wojne o umysł klienta, Helion, Gliwice 2012.
4. A. Dudziak, Komunikacja interkulturowa w biznesie miedzynarodowym, online: file:///C:/Users/m.grottel/Downloads/12912-12688.pdf.
5. M. Markiewicz, J. Bednarz, Application of Case Study Method. Conditionings and Benefits, [w:] Innovative Tools for Facilitated Transfer of Entrepreneurial Skills and Knowledge, red. W. Bizon, A. Poszewiecki, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdanskiego, Gdansk 2013, s. 43-54.
6. M. Markiewicz, J. Bednarz, Znaczenie metody case study w kreowaniu postaw przedsiebiorczych studentow i absolwentow szkoł wyzszych, [w:] Efektywnosc innowacyjnych narzedzi dydaktycznych w procesach kształtowania postaw przedsiebiorczych, red. W. Bizon, A. Poszewiecki, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdanskiego, Gdansk 2013, s. 103-118.</td></tr>
<tr><td>Adresy eZasobów</td><td></td></tr>
<tr><td>Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu</td><td colspan="2">Nie dotyczy</td></tr>
</table>

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.