

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Kulturowe uwarunkowania biznesu międzynarodowego, PG_00199424						
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2026/2027		
Poziom kształcenia	II stopnia	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	1	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	1	Liczba punktów ECTS			4.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			egzamin		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Zrównoważonych Procesów Rynkowych						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Katarzyna Baładynowicz-Panfil				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	15.0	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	<p>Zapoznanie studentów z najnowszymi badaniami z zakresu kulturowych warunków prowadzenia działalności gospodarczej.</p> <p>Przygotowanie studentów do efektywnej komunikacji i działania w międzykulturowym środowisku biznesowym ze szczególnym uwzględnieniem pracy w międzynarodowych firmach.</p> <p>Tworzenie podstaw dla dalszej edukacji międzykulturowej z perspektywy zasad, wynikających z inteligencji kulturowej.</p>						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[MSGMU2_W10] dysponuje usystematyzowaną 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.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[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	[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSGMU2_K07] wykazuje gotowość 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	[SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[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	[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
Treści przedmiotu	<p>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.</p> <p>Studenci podczas zajęć realizują grupowe projekty. Ich zakres, jak i szczegółowa ocena są dyskutowane w trakcie konsultacji.</p>		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Znajomość podstawowych zasad funkcjonowania globalnych przedsiębiorstw, strategii zarządzania w międzynarodowym otoczeniu, marketingu oraz umiejętność obserwacji świata.		

Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
		egzamin (test)	51.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1. ZENDEROWSKI Radosław, Koziański Bartosz : Różnice kulturowe w biznesie. Warszawa 2012. CeDeWu. 2. HOFSTEDE Geert : Kultury i organizacje: zaprogramowanie umysłu. Warszawa 2007. PWE. 3. GESTELAND Richard R. : Różnice kulturowe a zachowanie w biznesie. Warszawa 2000. PWN. 4. WINKLER Renata : Zarządzanie komunikacją w organizacjach zróżnicowanych kulturowo. Kraków 2008. Oficyna Wolders Kluwer. 5. HAMPDEN-TURNER Charles, TROMPENAARS Alfons : Siedem kultur kapitalizmu. Kraków 2006. Dom Wydawniczy ABC. 6. MOLE John : W tyglu Europy. Wzorce i bariery kulturowe w przedsiębiorstwach. Warszawa 2000. Prószyński i S-ka. 7. ROGERS Everet M., STIENFATT Thomas M. : Intercultural Communication. Illinois 1999. Waveland Press Inc.	
	Uzupełniająca lista lektur	1. BAŁANDYNOWICZ-PANFIL Katarzyna : Wpływ zgodności kulturowej podmiotów na procesy połączeniowe w sektorze bankowym (w:) Problemy współczesnej gospodarki światowej. Sopot 2004. Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego. 2. BARTOSIK-PURGAT Małgorzata : Otoczenie kulturowe w biznesie międzynarodowym. Warszawa 2010. PWE. 3. VERLUYTEN S. Paul : Intercultural Communication in Business and Organisations. 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.