Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Komunikacja w biznesie międzynarodowym , PG_00199991		
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	niestacjonarne	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	18.0	0.0	6.0	0.0	24
	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	24	0.0	76.0	100

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z aspektami komunikacji w biznesie międzynarodowym.

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_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.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
[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

Treści przedmiotu

1. Rola i narzędzia komunikacji w biznesie międzynarodowym: proces komunikacji, środki komunikacji.
2. Strategie i kanały komunikacji w biznesie międzynarodowym: komunikacja masowa, grupowa, zindywidualizowana,
osobowa, bezosobowa, kanał werbalny, kanał niewerbalny, media.
3. Zasady komunikacji międzykulturowej w biznesie.
4. Jak radzić sobie z ograniczeniami w komunikacji międzykulturowej? Ograniczenia semantyczne, psychologiczne,
środowiskowe, fizyczne, style komunikacji i typy postaw w procesie komunikacji.
5. Znaczenie mózgu w komunikacji biznesowej, półkulowość.
6. Jak publicznie przemawiać?
7. Zasady przygotowania skutecznej prezentacji multimedialnej.
8. Komunikacja a wizerunek przedsiębiorstwa.
9. Komunikacja w grupie pracowniczej, zebrania biznesowe, etyka w biznesie.

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.

Wymagania wstępne i dodatkowe

Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się

Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
prezentacja projektu grupowego	51.0%	60.0%
aktywność i udział w dyskusjach	51.0%	40.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1. Hamilton Ch., Skuteczna komunikacja w biznesie, PWN, Warszawa 2011. 2. Komunikowanie się w biznesie międzynarodowym, red. H. Mruk, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2002.
	Uzupełniająca lista lektur	1. Business Communication for Success, https://open.lib.umn.edu/businesscommunication/. 2. Dąbrowski Ł., Tajniki wystąpień publicznych, 101 porad dla prezenterów, OpenPress-Helion, Gliwice 2012. 3. Woźniak J., Neuromarketing 2.0. Wygraj wojnę o umysł klienta, OpenPress-Helion, Gliwice 2012. 4. Dudziak A., Komunikacja interkulturowa w biznesie międzynarodowym, online: file:///C:/Users/m.grottel/Downloads/12912-12688.pdf. 5. Markiewicz M., Bednarz J., 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 Gdańskiego, Gdańsk 2013, s. 43-54. 6. 6. Markiewicz M., Bednarz J., Znaczenie metody case study w kreowaniu postaw przedsiębiorczych studentów i absolwentów szkół wyższych, [w:] Efektywność innowacyjnych narzędzi dydaktycznych w procesach kształtowania postaw przedsiębiorczych, red. W. Bizon, A. Poszewiecki, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2013, s. 103-118.
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.