

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							
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
	[MSG3_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/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSG3_U14] potrafi współdziałać i pracować w grupie (w tym w środowisku międzynarodowym), przyjmując w niej różne role	student potrafi współdziałać i pracować w grupie (w tym w środowisku międzynarodowym), przyjmując w niej różne role	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[MSG3_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/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[MSG3_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/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
Treści przedmiotu	<ol style="list-style-type: none"> 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. <p>W ramach konsultacji omawiane będą indywidualne pytania studentów, wyjaśniane wątpliwości oraz udzielane dodatkowe informacje dotyczące treści programowych.</p>		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa ocena końcowej
	projekt grupowy	51.0%	30.0%
	samodzielna praca domowa	51.0%	10.0%
	aktywność i udział w dyskusjach	51.0%	60.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 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. 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.