

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|--|--|---------------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------|------------------------|-------------------|----------------------|-----------------|
| Nazwa przedmiotu | | Komunikacja w biznesie międzynarodowym | | | | Kod ECTS | 14.3.E.SL.2202 | | | | | |
| | | | | | | Pkt.ECTS | 3 | | | | | |
| Jednostka prowadząca przedmiot | | IHZ | Nazwa kierunku | | MSG | Nazwa specjalności | | HZ; | | | | |
| Nazwisko prowadzącego | | prof. UG dr hab. Joanna Bednarz, dr Monika Grottel | | | | | | | | | | |
| Forma zajęć/Liczba godzin | | | | | | | | | | | | |
| Wykład | 0 | Ćwiczenia | 30 | Konwersatoria | 0 | Laboratoria komputerowe | 0 | Seminaria | 0 | Lektoraty | 0 | |
| Forma aktywności | | | | | | Rok i rodzaj studiów: | | 3 SS1, | | | | |
| Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne): | | | | 30 | Semestr: | | 6, | | | | | |
| Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta): | | | | 45 | Status przedmiotu: | | Obligatoryjny | | | | | |
| Sumaryczna liczba godzin: | | | | 75 | Język wykładowy: | | polski | | | | | |
| Sposób realizacji zajęć | | Zajęcia w sali dydaktycznej. | | | | | | | | | | |
| Metody dydaktyczne | | Dyskusja na zajęciach konwersatoryjnych, Ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących, Aktywność w grupach, współpraca, Design Thinking, case study | | | | | | | | | | |
| Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi | | | | | | | | | | | | |
| Wymagania formalne | | Brak | | | | | | | | | | |
| Wymagania wstępne | | Wiedza zakresu transakcji handlowej realizowanej na rynku międzynarodowym oraz kulturowych uwarunkowań biznesu międzynarodowego. | | | | | | | | | | |
| Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny | | | | | | | | | | | | |
| Sposób zaliczenia | | Egzamin | | | | | | | | | | |
| Kryteria oceny | | <p>Egzamin z przedmiotu ma formę testu typu prawda/fałsz - 40 stwierdzeń, każde za 1 punkt. Ocena wystawiana jest zgodnie z regulaminem studiów.</p> <p>Ze względu na formę przedmiotu (konwersatorium) warunkiem dopuszczenia do egzaminu jest pozytywne wypełnienie przez studenta w ciągu całego semestru następujących zadań:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. prezentacja przygotowywana i przedstawiona w grupach - 20 pkt 2. obecność na zajęciach i aktywny udział w dyskusjach oraz realizowanych zadaniach - 30 pkt 3. indywidualna praca domowa - 10 pkt <p>Skala ocen zgodnie z Regulaminem studiów.</p> | | | | | | | | | | |
| Cele przedmiotu | | | | | | | | | | | | |
| <p>Student będzie miał możliwość zapoznania się ze specyfiką komunikowania się w biznesie międzynarodowym. W pierwszej kolejności pozna teoretyczne aspekty komunikacji, strategię, kanały i style komunikacji, a także zasady komunikacji werbalnej i niewerbalnej. W drugiej części konwersatorium zapozna się z praktyką komunikowania się w biznesie: podczas przygotowywania argumentacji handlowej, materiałów reklamowych (wizytówka), prezentacji, publicznych wystąpień, procesu rekrutacji, w czasie zebrań handlowych.</p> | | | | | | | | | | | | |
| Efekty uczenia się | | | | | | | | | | | | |
| Wiedza | | MSG1_W09 | Student ma wiedzę o człowieku jako jednostce prowadzącej komunikację międzyludzką i biznesową, podejmującej decyzje ekonomiczne, pracującej w przedsiębiorstwach lub prowadzącej indywidualną działalność gospodarczą. | | | | | | | | | |
| Weryfikacja efektów uczenia się - Wiedza | | | | | | | | | | | | |
| Efekty | | egzamin pisemny | egzamin ustny | kolokwium | esej/referat /portfolio | zadania / prace domowe | prezentacja indywidualna | prezentacja grupowa | aktywność na zajęciach | udział w dyskusji | projekt indywidualny | projekt grupowy |
| MSG1_W09 | | X | | | | | | X | X | | | |
| Umiejętności | | MSG1_U09 | Student potrafi komunikować się w międzynarodowym i zróżnicowanym kulturowo otoczeniu, z użyciem pojęć z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych i | | | | | | | | | |

| | | |
|--|----------|---|
| | | handlu zagranicznego. |
| | MSG1_U13 | Student posiada umiejętność przygotowania prezentacji i wystąpień ustnych w języku polskim dotyczących wybranych zagadnień szczegółowych z zakresu komunikacji biznesowej z uwzględnieniem różnic występujących na rynkach zagranicznych. |

Weryfikacja efektów uczenia się - Umiejętności

| Efekty | egzamin pisemny | egzamin ustny | kolokwium | esej/referat /portfolio | zadania / prace domowe | prezentacja indywidualna | prezentacja grupowa | aktywność na zajęciach | udział w dyskusji | projekt indywidualny | projekt grupowy |
|----------|-----------------|---------------|-----------|-------------------------|------------------------|--------------------------|---------------------|------------------------|-------------------|----------------------|-----------------|
| MSG1_U09 | | | | | | | X | X | | | |
| MSG1_U13 | | | | | | | X | X | | | |

Kompetencje

MSG1_K04

Student jest gotów myśleć, komunikować się i działać w sposób przedsiębiorczy.

Weryfikacja efektów uczenia się - Kompetencje

| Efekty | egzamin pisemny | egzamin ustny | kolokwium | esej/referat /portfolio | zadania / prace domowe | prezentacja indywidualna | prezentacja grupowa | aktywność na zajęciach | udział w dyskusji | projekt indywidualny | projekt grupowy |
|----------|-----------------|---------------|-----------|-------------------------|------------------------|--------------------------|---------------------|------------------------|-------------------|----------------------|-----------------|
| MSG1_K06 | | | | | X | | X | X | | | |

Treści programowe

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, indywidualizowana, 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, półkulowość, 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 - prezentacje studentów

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej
Literatura obowiązkowa:

1. Ch. Hamilton, *Skuteczna komunikacja w biznesie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.
2. *Komunikowanie się w biznesie międzynarodowym*, red. H. Mruk, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2002.

Literatura uzupełniająca:

1. Business Communication for Success, <https://open.lib.umn.edu/businesscommunication/>
2. Ł. Dąbrowski, *Tajniki wystąpień publicznych, 101 porad dla prezenterów*, Helion, Gliwice 2012.
3. J. Woźniak, *Neuromarketing 2.0. Wygraj wojnę o umysł klienta*, Helion, Gliwice 2012.
4. A. Dudziak, *Komunikacja interkulturowa w biznesie międzynarodowym*, 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 Gdańskiego, Gdańsk 2013, s. 43-54.
6. M. Markiewicz, J. Bednarz, *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.

Kontakt

joanna.bednarz@ug.edu.pl, monika.grottel@ug.edu.pl,