

Nazwa przedmiotu		Strategia komunikacji w biznesie międzynarodowym					Kod ECTS	14.3.E.SZ.3384				
							Pkt.ECTS	0				
Jednostka prowadząca przedmiot		KZPR	Nazwa kierunku		MSG	Nazwa specjalności		BM;				
Nazwisko prowadzącego		dr Katarzyna Bałandynowicz-Panfil										
Forma zajęć/Liczba godzin												
Wykład	14	Ćwiczenia	0	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0	
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		3 NS1,				
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):						Semestr:		5,				
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):						Status przedmiotu:		Obligatoryjny				
Sumaryczna liczba godzin:						0	Język wykładowy:		polski			
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia w sali dydaktycznej. Wydział Ekonomiczny										
Metody dydaktyczne		Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Aktywność w grupach, współpraca, Studia przypadków,										
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi												
Wymagania formalne		brak wymagań										
Wymagania wstępne		Znajomość podstawowych zasad funkcjonowania globalnych przedsiębiorstw, strategii zarządzania w międzynarodowym otoczeniu, marketingu oraz umiejętność obserwacji świata.										
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny												
Sposób zaliczenia		Egzamin										
Kryteria oceny		Kryteria zgodnie z Regulaminem studiów										
Cele przedmiotu												
Zapoznanie ze strategiami komunikacji w biznesie międzynarodowym - zakres potrzebnych informacji, sposoby komunikacji, różnice kulturowe.												
Efekty uczenia się												
Wiedza	MSG1_W07	Student ma poszerzoną wiedzę o człowieku, jako jednostce podejmującej decyzje ekonomiczne w określonych uwarunkowaniach kulturowych oraz pogłębioną wiedzę na temat wybranych reguł i norm kulturowych, wpływających na działalność gospodarczą, a także o ich źródłach, naturze i zmianach.										
	MSG1_W08	Student dysponuje podstawową i uporządkowaną wiedzą z zakresu podstawowych obszarów funkcjonowania współczesnego przedsiębiorstwa, w tym na rynku międzynarodowym										
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_W07	X							X	X			
MSG1_W08	X							X	X			
Umiejętności	MSG1_U02	Student umie wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną w praktyce, w odniesieniu do funkcjonowania podmiotów gospodarczych na rynku międzynarodowym, ze szczególnym uwzględnieniem rynku Unii Europejskiej										
	MSG1_U04	Student potrafi dokonywać obserwacji i analiz procesów gospodarczych zachodzących w gospodarce otwartej, potrafi interpretować niezbędne w tym zakresie dane statystyczne oraz wskaźniki ekonomiczne										
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_U02	X							X	X		
MSG1_U04	X							X	X		
Kompetencje	MSG1_K02	Student potrafi współpracować w zespole, w tym przyjmować różne role zespołowe, posiada elementarne umiejętności organizacyjne, które pozwalają na realizację założonych celów									
	MSG1_K06	Student potrafi myśleć 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_K02								X	X		
MSG1_K06								X	X		

Treści programowe
Treści programowe:

Uwarunkowania kulturowe w działalności międzynarodowej przedsiębiorstw:

- podstawowe obszary wykorzystania znajomości różnic kulturowych, wskaźnik kulturowy, tolerancja kulturowa,
 - zdobywanie umiejętności komunikacji międzykulturowej, idea porozumienia międzykulturowego, bariery komunikacji międzynarodowej
 - definicje i zakres kultury narodowej, wybrane klasyfikacje kultury, globalizacja i regionalizacja kultury, homogenizacja potrzeb konsumentów i heterogeniczność kulturowa
 - macDonaldyzacja, konwergencja i dywergencja kulturowa.
2. Zarządzanie różnicami kulturowymi w biznesie międzynarodowym
3. Komunikacja międzykulturowa w działalności przedsiębiorstw
- istota komunikowania się, komunikacja werbalna jako proces przekazywania informacji;
 - charakterystyka najważniejszych języków świata
 - rola języka w komunikacji, bariery komunikacji na styku kultur, zasady efektywnej komunikacji międzykulturowej.
4. Komunikacja niewerbalna:
- znaczenie kontekstów w porozumiewaniu się, podstawowe elementy komunikacji niewerbalnej;
 - kultury ekspresyjne i powściągliwe;
 - znaczenie komunikacji niewerbalnej dla biznesu.

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej

A. Literatura wymagana do ostatecznego zaliczenia zajęć (zdania egzaminu):

A.1. Wykorzystywana podczas zajęć:

- 1. Zenderowski R., Kozinski B., Różnice kulturowe w biznesie, CeDeWu, Warszawa 2012



- 2. Hofstede G., Kultury i organizacje: zaprogramowanie umysłu, PWE, Warszawa 2007
- 3. Gesteland R.R., Różnice kulturowe a zachowanie w biznesie, PWN, Warszawa 2000
- 4. Winkler R., Zarządzanie komunikacją w organizacjach zróżnicowanych kulturowo, Kraków 2008
- 5. Hampden-Turner Ch., Trompenaars A., Siedem kultur kapitalizmu, Dom Wydawniczy ABC, Kraków 2006

A.2. Studiowana samodzielnie przez studenta:

- 1. Bartosik-Purgat M., Otoczenie kulturowe w biznesie międzynarodowym, PWE, Warszawa 2010
- 2. Verluyten S.P., Intercultural Communication in Business and Organisations, ACCO, Leuven 2009

Kontakt

k.balandynowicz@ug.edu.pl,