

Nazwa przedmiotu		Kulturowe uwarunkowania biznesu międzynarodowego					Kod ECTS	14.3.E.KL.374				
							Pkt.ECTS	6				
Jednostka prowadząca przedmiot		IHZ		Nazwa kierunku		MSG		Nazwa specjalności		BRAK;		
Nazwisko prowadzącego		dr Katarzyna Baładynowicz-Panfil, dr Magdalena Jażdżewska-Gutta										
Forma zajęć/Liczba godzin												
Wykład	15	Ćwiczenia	15	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0	
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		2 SS2,				
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):						Semestr:		4,				
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, Ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących, Aktywność w grupach, współpraca, Studia przypadków,										
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi												
Wymagania formalne		Globalizacja i regionalizacja w gospodarce światowej Międzynarodowe stosunki gospodarcze II										
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		Jakość merytoryczna i formalna projektu oraz prezentacji, właściwy dobór bibliografii i zdolność wnioskowania oraz aktywność i obecność na zajęciach. Na egzaminie testowym konieczność uzyskania 51% ogółu możliwych do zdobycia punktów.										
Cele przedmiotu												
zakresie wiedzy: MSG2_W07, MSG2_W09, MSG2_W15, MSG2_W16 w zakresie umiejętności: MSG2_U02, MSG2_U07, MSG2_U12, MSG2_U13, MSG2_U14 w zakresie kompetencji społecznych: MSG2_K03, MSG2_K04, MSG2_K07												
Efekty kształcenia się												
Wiedza	MSG2_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.										
	MSG2_W09	Student ma poszerzoną wiedzę z zakresu teorii kultury, źródeł różnic kulturowych w poszczególnych krajach i regionach, najistotniejszych obszarów odmienności kulturowych oraz zna znaczenie różnic kulturowych dla biznesu międzynarodowego.										
	MSG2_W15	Student ma znajomość reguł postępowania w warunkach odmiennego otoczenia kulturowego.										
	MSG2_W16	Student ma wiedzę z zakresu uwarunkowań kulturowych związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej za granicą i funkcjonowania przedsiębiorstw w otoczeniu międzynarodowym.										
Weryfikacja efektów kształcenia - 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	
	MSG2_W07	X					X	X	X		X	

MSG2_W09	X					X	X	X	X		X
MSG2_W15	X					X	X	X	X		X
MSG2_W16	X					X	X	X	X		X

Umiejętności	MSG2_U02	Student potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną w praktyce, w odniesieniu do funkcjonowania podmiotów gospodarczych na rynku międzynarodowym w różnym otoczeniu kulturowym.
	MSG2_U07	Student potrafi analizować i porównywać różne kultury organizacyjne oraz zrozumieć znaczenie i złożoność uwarunkowań kulturowych.
	MSG2_U12	Student potrafi wyciągać wnioski dotyczące własnych zachowań na podstawie poznanych klasyfikacji i charakterystyki kultur.
	MSG2_U13	Student potrafi przedstawić własne rozwiązania problemów związanych z funkcjonowaniem przedsiębiorstwa w konkretnym otoczeniu kulturowym, oparciu o dostępne materiały i pozyskaną wiedzę.
	MSG2_U14	Student potrafi opracować i zaprezentować wystąpienie multimedialne na temat różnic kulturowych.

**Weryfikacja efektów kształcenia - 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
MSG2_U02							X	X	X		X
MSG2_U07						X	X	X	X		X
MSG2_U12								X	X		
MSG2_U13								X	X		X
MSG2_U14						X	X				

Kompetencje	MSG2_K03	Student potrafi dostrzec i docenić rangę oraz znaczenie różnorodności kulturowych oraz odnaleźć się w biznesie realizowanym w globalnym otoczeniu społeczno-kulturowym.
	MSG2_K04	Student potrafi umiejętnie identyfikować i rozstrzygać problemy pojawiające się w obcym otoczeniu kulturowym.
	MSG2_K07	Student potrafi zachować krytycyzm i rozsądek w podejściu do własnej kultury oraz kultur obcych z zachowaniem profesjonalnego i etycznego postępowania w prowadzeniu biznesu.

**Weryfikacja efektów kształcenia - 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
MSG2_K03								X	X		
MSG2_K04								X	X		
MSG2_K07								X	X		

**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.
- 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;  
b/ spotkania towarzyskie, elementy rekreacji, sportu w różnych kulturach.
13. Uwarunkowania kulturowe działań rynkowych w środowisku międzynarodowym:  
a/ rola działań rynkowych w środowisku międzynarodowym;  
b/ kultura jako czynnik warunkujący strategie działań międzynarodowych;  
c/ podejście do konsumenta i jego potrzeb, komunikacja z otoczeniem;  
d/ przykłady wybranych strategii rynkowych w różnych kulturach.
14. Zewnętrzne uwarunkowania prowadzenia biznesu w różnych krajach i kulturach:  
a/ wybrane klasyfikacje czynników zewnętrznych;  
b/ biurokracja, korupcja, przenikanie się polityki i biznesu, rola związków zawodowych;  
c/ etyka i prawo w biznesie.
15. Całościowa identyfikacja kulturowa wybranych krajów:  
a/ sposoby pozyskiwania informacji;

- b/ identyfikacja kultury narodowej przez pryzmat wybranych wymiarów kultury;  
c/ przykłady krajów oraz Polska na mapie kultur światowych.

16. Jak osiągnąć efektywność kulturową:

- a/ znaczenie poszczególnych sposobów uczenia się o kulturach;  
b/ proces uczenia i jego uwarunkowania w kontekście kultury.

#### Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej

Literatura podstawowa:

1. Zenderowski R., Koziński 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
6. Mole J., W tyglu Europy. Wzorce i bariery kulturowe w przedsiębiorstwach, Prószyński i S-ka, Warszawa 2000.
7. Rogers E.M., Stienfatt Th. M., Intercultural Communication, Waveland Press Inc., Illinois 1999.

Literatura dodatkowa:

1. Bałandynowicz-Panfil K., Wpływ zgodności kulturowej podmiotów na procesy połączeniowe w sektorze bankowym (w:) Problemy współczesnej gospodarki światowej, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Sopot 2004
2. Bartosik-Purgat M., Otoczenie kulturowe w biznesie międzynarodowym, PWE, Warszawa 2010
3. Verluyten S.P., Intercultural Communication in Business and Organisations, ACCO, Leuven 2009
4. Komunikacja międzykulturowa w integrującej się Europie, pod red. K. Karcz, Akademia Ekonomiczna w Katowicach, Katowice 2004
5. Pernal E., Taktownie, profesjonalnie, elegancko, czyli etykieta w biznesie, ODiDK, Gdańsk 2000
6. Ritzer G., MacDonaldyzacja społeczeństwa, Warszawa 2005

Kontakt

[k.balandynowicz@ug.edu.pl](mailto:k.balandynowicz@ug.edu.pl), [ekomjg@ug.edu.pl](mailto:ekomjg@ug.edu.pl),