

Nazwa przedmiotu		Kulturowe uwarunkowania biznesu międzynarodowego					Kod ECTS	14.3.E.KL.2590				
							Pkt.ECTS	3				
Jednostka prowadząca przedmiot		KZPR	Nazwa kierunku		MSG	Nazwa specjalności		BRAK;				
Nazwisko prowadzącego		dr Katarzyna Bałandynowicz-Panfil, dr Magdalena Jażdżewska-Gutta										
Forma zajęć/Liczba godzin												
Wykład	10	Ćwiczenia	10	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0	
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		2 NS2,				
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):				25		Semestr:		4,				
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):				50		Status przedmiotu:		Obligatoryjny				
Sumaryczna liczba godzin:				75		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, potwierdzone pracami w grupach i w formie indywidualnej. Na egzaminie pisemnym konieczność uzyskania 51% ogółu możliwych do zdobycia punktów. Ocena zgodnie z Regulaminem studiów.										
Cele przedmiotu												
Zapoznanie studentów z najnowszymi badaniami z zakresu kulturowych warunków prowadzenia działalności gospodarczej. Przygotowanie studentów do efektywnej komunikacji i działania w międzykulturowym środowisku biznesowym ze szczególnym uwzględnieniem pracy w międzynarodowych firmach. Tworzenie podstaw dla dalszej edukacji międzykulturowej z perspektywie zasad, wynikających z inteligencji kulturowej.												
Efekty uczenia się												
Wiedza	MSG2_W09	Student dysponuje pogłębioną wiedzą dotyczącą funkcjonowania współczesnego przedsiębiorstwa w otoczeniu międzynarodowym, rozumie uwarunkowania kulturowe, zasady i konsekwencje decyzji podejmowanych w międzynarodowych strukturach przedsiębiorstw, mające na celu rozwój oraz zależności zachodzące między przedsiębiorstwami w otoczeniu międzykulturowym										
	MSG2_W10	Student dysponuje pogłębioną wiedzą z zakresu uwarunkowań kulturowych związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej w otoczeniu międzynarodowym i międzykulturowym										
	MSG2_W14	Student posiada pogłębioną wiedzę o człowieku jako jednostce podejmującej decyzje w strukturach społecznych i biznesowych, w szczególności w przedsiębiorstwach działających w otoczeniu międzykulturowym										
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	
	MSG2_W09	X					X		X		X	

MSG2_W10	X						X	X	X		X
MSG2_W14	X						X		X		X

Umiejętności	MSG2_U04	Student potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu uwarunkowań kulturowych do formułowania i rozwiązywania złożonych problemów związanych z funkcjonowaniem przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym, ze szczególnym rynku unijnego
	MSG2_U08	Student potrafi komunikować się w międzykulturowym otoczeniu, z użyciem zaawansowanej terminologii z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych oraz zarządzania międzynarodowego; w dyskusji stosuje argumentację opartą na wybranych teoriach, literaturze przedmiotu oraz danych statystycznych
	MSG2_U12	Student potrafi kierować pracą zespołu oraz współdziałać i pracować w zespole, w szczególności międzykulturowym, przyjmując w nim wiodącą rolę organizatora i inicjatora prac

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
MSG2_U04							X	X	X		X
MSG2_U08							X		X		X
MSG2_U12								X	X		

Kompetencje	MSG2_K01	Student jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy z zakresu ekonomii w procesie identyfikacji i rozwiązywania problemów w obszarze międzynarodowych stosunków gospodarczych oraz międzykulturowych, uznaje rolę doradcą ekspertów w rozwiązywaniu problemów w tym środowisku
	MSG2_K03	Student jest gotów do aktywnego uczestniczenia w grupach i instytucjach realizujących profesjonalne międzynarodowe i międzykulturowe projekty dotyczące funkcjonowania podmiotów gospodarczych w otoczeniu globalizującym się i integrującym
	MSG2_K05	Student jest gotów do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego, inspirowania oraz organizowania projektów na rzecz międzykulturowego otoczenia biznesu międzynarodowego, w zgodzie z ideą zrównoważonego rozwoju i wynikającymi z niej wymaganiami społecznymi i humanitarnymi
	MSG2_K07	Student jest gotów do przestrzegania i rozwijania zasad etyki społecznej odpowiedzialności biznesu, uwzględnia zmieniające się potrzeby społeczne w różnych krajach, szanuje różnorodność kultur, jest profesjonalny i lojalny wobec pracodawcy

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
MSG2_K01								X	X		
MSG2_K03									X		X
MSG2_K05								X	X		X
MSG2_K07								X	X		

Treści programowe

1. Uwarunkowania kulturowe w działalności międzynarodowej przedsiębiorstw: a/ podstawowe obszary wykorzystania znajomości różnic kulturowych, wskaźnik kulturowy, tolerancja kulturowa, zdobywanie umiejętności komunikacji międzykulturowej, idea porozumienia międzykulturowego, bariery komunikacji międzynarodowej; b/ definicje i zakres kultury narodowej, wybrane klasyfikacje kultury, globalizacja i regionalizacja kultury, homogenizacja potrzeb konsumentów i heterogeniczność kulturowa; c/macDonaldyzacja, konwergencja i dywergencja kulturowa. 2. 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 partnerskie i protansakcyjne; b/ znaczenie zagospodarowania wolnego czasu w kontaktach biznesowych, oddzielenie życia prywatnego i zawodowego; c/ 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 strategię 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 Radosław, KOZIŃSKI Bartosz : *Różnice kulturowe w biznesie*. Warszawa 2012. CeDeWu.
2. HOFSTEDE Geert : *Kultury i organizacje: zaprogramowanie umysłu*. Warszawa 2007. PWE.
3. GESTELAND Richard R. : *Różnice kulturowe a zachowanie w biznesie*. Warszawa 2000. PWN.
4. WINKLER Renata : *Zarządzanie komunikacją w organizacjach zróżnicowanych kulturowo*. Kraków 2008. Oficyna Wolders Kluwer.
5. HAMPDEN-TURNER Charles, TROMPENAARS Alfons : *Siedem kultur kapitalizmu*. Kraków 2006. Dom Wydawniczy ABC.
6. MOLE John : *W tyglu Europy. Wzorce i bariery kulturowe w przedsiębiorstwach*. Warszawa 2000. Prószyński i S-ka.
7. ROGERS Everet M., STIENFATT Thomas M. : *Intercultural Communication*. Illinois 1999. Waveland Press Inc.

Literatura uzupełniająca:

1. BAŁANDYNOWICZ-PANFIL Katarzyna : *Wpływ zgodności kulturowej podmiotów na procesy połączeniowe w sektorze bankowym (w:) Problemy współczesnej gospodarki światowej*. Sopot 2004. Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego.
2. BARTOSIK-PURGAT Małgorzata : *Otoczenie kulturowe w biznesie międzynarodowym*. Warszawa 2010. PWE.
3. VERLUYTEN S. Paul : *Intercultural Communication in Business and Organisations*. Leuven 2009. ACCO.

Kontakt

k.balandynowicz@ug.edu.pl, m.gutta@ug.edu.pl,