

Nazwa przedmiotu		Kulturowe uwarunkowania biznesu międzynarodowego				Kod ECTS	14.3.E.KR.374				
						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	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):					55	Semestr:		3-4,			
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):					20	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 perspektywy 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		X
MSG2_W10	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/ strategię 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;
 - 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,