

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Cross- Cultural Differences, PG_00187212						
Kierunek studiów	International Business (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2028/2029		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	3		Język wykładowy		angielski		
Semestr studiów	6		Liczba punktów ECTS		4.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Zrównoważonych Procesów Rynkowych						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		mgr Oskar Bech				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	15.0	0.0	45
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	45		0.0		55.0	100
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest rozwinięcie wiedzy i umiejętności z zakresu komunikacji oraz współpracy międzykulturowej w środowisku biznesu międzynarodowego. Przedmiot przygotowuje studentów do identyfikowania i analizowania różnic kulturowych oraz ich wpływu na komunikację, negocjacje, zarządzanie i współpracę w organizacjach międzynarodowych.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[IBL3_K03] wykazuje gotowość do współuczestnictwa oraz inicjowania działań na rzecz otoczenia społecznego, a także do wypełniania społecznych zobowiązań związanych z funkcjonowaniem biznesu międzynarodowego.	Student wykazuje gotowość do współpracy oraz podejmowania wspólnych działań w zespołach wielokulturowych z uwzględnieniem różnic kulturowych i społecznych.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[IBL3_K01] wykazuje gotowość do uznania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów biznesu międzynarodowego oraz do korzystania z opinii ekspertów w sytuacjach wymagających specjalistycznej wiedzy.	Student wykazuje gotowość do wykorzystywania wiedzy o uwarunkowaniach kulturowych oraz korzystania z opinii ekspertów przy rozwiązywaniu problemów występujących w biznesie międzynarodowym.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[IBL3_U07] potrafi brać udział w debacie oraz przedstawiać, uzasadniać i oceniać różne punkty widzenia dotyczące zagadnień biznesu międzynarodowego.	Student potrafi przedstawiać, uzasadniać i oceniać różne punkty widzenia dotyczące komunikacji, współpracy i zarządzania w środowisku międzynarodowego biznesu.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[IBL3_U09] potrafi pracować samodzielnie oraz w zespołach, w tym o charakterze interdyscyplinarnym, a także planować i organizować własne zadania oraz pracę zespołu.	Student potrafi planować i organizować pracę własną oraz współpracować w zespołach wielokulturowych przy realizacji projektów związanych z biznesem międzynarodowym.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta

Treści przedmiotu	Ćwiczenia (30 godz.) 1. Świadomość kulturowa i stereotypy Warsztat dotyczący stereotypów, świadomości kulturowej oraz wpływu uwarunkowań kulturowych na decyzje biznesowe. 2. Inteligencja kulturowa w biznesie międzynarodowym Analiza inteligencji kulturowej oraz jej znaczenia w środowisku biznesu międzynarodowego. 3. Kultura narodowa a kultura organizacyjna Analiza różnic między kulturą narodową i kulturą organizacyjną oraz ich wpływu na funkcjonowanie przedsiębiorstw międzynarodowych. 4. Modele kultur i ich zastosowanie w biznesie Zastosowanie wybranych modeli kulturowych, w tym modelu Hofstede'a, do analizy zachowań biznesowych w różnych krajach. 5. Symulacja komunikacji międzykulturowej Analiza komunikacji werbalnej, niewerbalnej oraz wpływu kontekstu kulturowego na skuteczność komunikacji. 6. Komunikacja biznesowa w środowisku międzykulturowym Komunikacja pisemna, ustna i cyfrowa w środowisku międzynarodowym: small talk, uprzejmość, zachowanie twarzy, przekazywanie informacji zwrotnej oraz wyrażanie niezgody. 7. Symulacja negocjacji międzykulturowych Analiza wpływu różnic kulturowych na przebieg negocjacji oraz proces podejmowania decyzji. 8. Przywództwo i współpraca w zespołach międzynarodowych Komunikacja międzykulturowa w przywództwie oraz zarządzaniu zespołami wielokulturowymi. 9. Spotkania biznesowe i wyjazdy służbowe w środowisku międzynarodowym Analiza międzyorganizacyjnej komunikacji biznesowej oraz zasad prowadzenia spotkań i współpracy międzynarodowej. 10. Konflikty międzykulturowe w biznesie Analiza przypadków konfliktów międzykulturowych oraz opracowanie rekomendacji dotyczących ich rozwiązywania. 11. Szok kulturowy i adaptacja w środowisku międzynarodowym Analiza wyzwań związanych z mobilnością międzynarodową, wyjazdami expatriantów oraz procesem adaptacji kulturowej.
-------------------	--

	12. Symulacja pracy w międzynarodowym zespole projektowym Rozwiązywanie problemów biznesowych w warunkach niepewności, presji czasu i różnorodności kulturowej. 13. Studium przypadku z zakresu biznesu międzykulturowego Analiza rzeczywistych problemów biznesowych wynikających z różnic kulturowych. 14–15. Prezentacje projektów studenckich Prezentacja wyników projektów oraz dyskusja nad rekomendacjami dla przedsiębiorstw działających w środowisku międzynarodowym. Projekt (15 godz.) Przewodnik biznesowy dla wybranego kraju Projekt realizowany jest równolegle do ćwiczeń i stanowi ich praktyczne uzupełnienie. Studenci pracują w zespołach nad opracowaniem praktycznego przewodnika biznesowego dla wybranego kraju lub regionu świata. Projekt może obejmować analizę wybranych aspektów kultury biznesowej, takich jak komunikacja biznesowa, negocjacje, etykieta biznesowa, przywództwo, organizacja spotkań, kultura organizacyjna, marketing, zarządzanie czasem oraz najczęściej popełniane błędy przez zagranicznych partnerów biznesowych.		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Znajomość podstawowych pojęć zarządzania międzynarodowego, marketingu międzynarodowego.		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Projekt zespołowy (przewodnik biznesowy + materiał multimedialny)	51.0%	60.0%
	Aktywność podczas ćwiczeń (udział w symulacjach, analizach przypadków, debatach i dyskusjach)	0.0%	40.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). Cultures and organizations: software of the mind : intercultural cooperation and its importance for survival. 3rd ed. New York ; London, McGraw-Hill. Tuleja, E.A. (2021). Intercultural Communication for Global Business: How Leaders Communicate for Success (2nd ed.). Routledge. Wybrane artykuły naukowe i studia przypadków dotyczące komunikacji międzykulturowej, zarządzania międzykulturowego oraz biznesu międzynarodowego udostępniane przez prowadzącego podczas zajęć.	

	Uzupełniająca lista lektur	When Cultures Collide: Leading Across Cultures, Lewis, Richard D., Nicholas Brealey Publishing; 3 edition, 2005 Magala, S. (2005). Cross-Cultural Competence (1st ed.). Routledge. K. Bałandynowicz-Panfil,, The Role of Older People as Consumers - the Comparative Analysis of Old and New Member States of European Union, "Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe", Vol 15, Nr 1/2012 Meyer, E. (2016). The culture map. PublicAffairs.
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.