

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Cross-Cultural Business Behaviour , PG_00187230						
Kierunek studiów	International Business (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2027/2028		
Poziom kształcenia	II stopnia		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	2		Język wykładowy		angielski		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		2.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Zrównoważonych Procesów Rynkowych						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Magdalena Jażdżewska-Gutta				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	15.0	0.0	15.0	0.0	30
	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	30		0.0		20.0	50
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest rozwijanie umiejętności analizy, interpretacji i oceny wpływu uwarunkowań kulturowych na zachowania biznesowe oraz przygotowanie studentów do skutecznego funkcjonowania w zróżnicowanym kulturowo środowisku międzynarodowym. Przedmiot doskonali kompetencje komunikacyjne, negocjacyjne i decyzyjne poprzez rozwiązywanie praktycznych problemów oraz realizację zespołowych zadań projektowych.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[IBMU2_K06] wykazuje gotowość do adaptowania się do zmieniających się warunków funkcjonowania gospodarki globalnej oraz do działania w warunkach niepewności i złożoności środowiska międzynarodowego.	Student jest gotów dostosowywać swoje zachowania biznesowe, styl komunikacji i sposób współpracy do zróżnicowanych oraz zmieniających się warunków kulturowych w środowisku międzynarodowym, w tym do sytuacji niepewności, wieloznaczności i złożoności relacji międzykulturowych.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK5] realizacja zadania problemowego [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[IBMU2_W07] zna i rozumie uwarunkowania prawne i kulturowe działalności w biznesie międzynarodowym, w tym zasady ochrony własności intelektualnej oraz znaczenie zarządzania aktywami niematerialnymi w środowisku międzynarodowym.	Student zna i rozumie znaczenie uwarunkowań kulturowych dla prowadzenia działalności biznesowej w środowisku międzynarodowym, w tym wpływ wartości, norm, religii, języka, płci, stylów komunikacji oraz modeli kultury na zachowania biznesowe, negocjacje, marketing i współpracę międzykulturową.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SW5] realizacja zadania problemowego
	[IBMU2_U07] potrafi koordynować i kierować pracą zespołu, w tym w środowisku międzynarodowym, przyjmując odpowiedzialność za realizację złożonych zadań.	Student potrafi współpracować w zespole projektowym przy analizie uwarunkowań kulturowych prowadzenia działalności gospodarczej w wybranym kraju lub regionie świata, koordynować realizację powierzonych zadań oraz przygotowywać rekomendacje dotyczące współpracy i komunikacji w środowisku międzynarodowym.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU5] realizacja zadania problemowego [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[IBMU2_K02] wykazuje gotowość do podejmowania odpowiedzialnych decyzji zawodowych w oparciu o dostępne dane i informacje, z uwzględnieniem ich konsekwencji ekonomicznych, społecznych i etycznych w środowisku międzynarodowym.	Student jest gotów analizować sytuacje biznesowe w kontekście międzykulturowym i podejmować odpowiedzialne decyzje komunikacyjne oraz negocjacyjne z uwzględnieniem konsekwencji ekonomicznych, społecznych i etycznych, a także ryzyka wynikającego ze stereotypów i błędnej interpretacji zachowań kulturowych.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK5] realizacja zadania problemowego [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta

Treści przedmiotu	Ćwiczenia (15 h) 1. Warsztat diagnostyczny dotyczący stereotypów i świadomości kulturowej Analiza stereotypów, uprzedzeń oraz preferencji kulturowych i ich wpływu na zachowania biznesowe, decyzje menedżerskie oraz współpracę międzynarodową. Identyfikacja potencjalnych ryzyk wynikających z różnic kulturowych. 2. Symulacja komunikacji międzykulturowej Analiza komunikacji werbalnej i niewerbalnej oraz wpływu kontekstu kulturowego na skuteczność komunikacji w środowisku biznesowym. Doskonalenie umiejętności dostosowywania stylu komunikacji do uwarunkowań kulturowych. 3. Symulacja negocjacji międzykulturowych Analiza wpływu kultury na strategie negocjacyjne, proces podejmowania decyzji oraz budowanie relacji biznesowych w środowisku międzynarodowym. 4. Adaptacja działań marketingowych do odmiennych uwarunkowań kulturowych Analiza i dostosowanie przekazów marketingowych do specyfiki wybranych kultur z uwzględnieniem symboli, języka, wartości, norm społecznych, religii oraz ról płciowych. 5. Analiza konfliktów międzykulturowych w działalności przedsiębiorstw Identyfikacja przyczyn konfliktów międzykulturowych, analiza ich konsekwencji ekonomicznych, społecznych i etycznych oraz opracowanie rekomendacji dla organizacji funkcjonujących w środowisku międzynarodowym. 6. Funkcjonowanie zespołów międzynarodowych w warunkach niepewności i zmian Symulacja współpracy zespołowej w środowisku wielokulturowym z uwzględnieniem problemów komunikacyjnych, konfliktów wartości, presji czasu oraz niejednoznaczności informacji. 7. Prezentacja projektów oraz dyskusja nad rekomendacjami dla praktyki biznesowej Prezentacja wyników analiz oraz ocena praktycznych implikacji rekomendacji dotyczących funkcjonowania przedsiębiorstw w środowisku międzykulturowym. Projekt (15 h) Przygotowanie zespołowego przewodnika dotyczącego prowadzenia działalności biznesowej w wybranym kraju lub regionie świata, opracowanego w formie nowoczesnego materiału multimedialnego (np. krótkiego materiału wideo, rolki lub posta edukacyjnego w mediach społecznościowych). Projekt obejmuje: 1. Analizę profilu kulturowego wybranego kraju z wykorzystaniem wybranych modeli kultury. 2. Analizę komunikacji biznesowej, w tym komunikacji werbalnej i niewerbalnej. 3. Analizę negocjacji oraz procesów podejmowania decyzji w środowisku międzykulturowym. 4. Analizę etykiety biznesowej, przywództwa, organizacji spotkań oraz kultury organizacyjnej. 5. Analizę wybranych aspektów marketingu i komunikacji marketingowej w kontekście kulturowym. 6. Identyfikację potencjalnych źródeł nieporozumień międzykulturowych oraz najczęściej popełnianych błędów przez zagranicznych partnerów biznesowych. 7. Opracowanie praktycznych rekomendacji dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej oraz współpracy biznesowej w analizowanym kraju lub regionie. 8. Przygotowanie i prezentację materiału multimedialnego podsumowującego wyniki projektu.														
Wymagania wstępne i dodatkowe	Wymagania wstępne: znajomość podstawowych pojęć zarządzania międzynarodowego, komunikacji międzykulturowej. Zdobytą wiedza z International Business, Intercultural Communication in Business. Warunki zaliczenia przedmiotu: Ocena końcowa z przedmiotu może zostać wystawiona wyłącznie po uzyskaniu pozytywnej oceny ze wszystkich form zajęć przewidzianych w programie przedmiotu (ćwiczenia i projekt). Zaliczenie każdej części składowej jest warunkiem koniecznym zaliczenia przedmiotu.														
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	<table><tr><th>Sposób oceniania (składowe)</th><th>Próg zaliczeniowy</th><th>Składowa oceny końcowej</th></tr><tr><td>Projekt zespołowy</td><td>51.0%</td><td>40.0%</td></tr><tr><td>Symulacje i zadania problemowe realizowane podczas zajęć</td><td>51.0%</td><td>30.0%</td></tr><tr><td>Case study</td><td>51.0%</td><td>30.0%</td></tr></table>			Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	Projekt zespołowy	51.0%	40.0%	Symulacje i zadania problemowe realizowane podczas zajęć	51.0%	30.0%	Case study	51.0%	30.0%
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej													
Projekt zespołowy	51.0%	40.0%													
Symulacje i zadania problemowe realizowane podczas zajęć	51.0%	30.0%													
Case study	51.0%	30.0%													
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur Uzupełniająca lista lektur	1. Dirk Holtbrügge (2022), Intercultural Management: Concepts, Practice, Critical Reflection, Sage. 2. Nicole F. Richter, Jesper Strandskov, Sven Hauff, Vasyl Taras (2022), International Business Strategy and Cross-Cultural Management: An Applied Approach, Edward Elgar Publishing. 3. Istvan Kecskes (red.) (2022), The Cambridge Handbook of Intercultural Pragmatics (rozdział: Intercultural Aspects of Business Communication) 1. Meyer, E. (2014). The Culture Map: Breaking Through the Invisible Boundaries of Global Business. New York: PublicAffairs. 2. Lewis, R. D. (2018). When Cultures Collide: Leading Across Cultures. London: Nicholas Brealey Publishing													

	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.