


KAPITAŁ LUDZKI
 NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

 Projekt współfinansowany przez
 Unię Europejską w ramach
 Europejskiego Funduszu
 Społecznego

UNIA EUROPEJSKA
 EUROPEJSKI
 FUNDUSZ SPOŁECZNY


Nazwa przedmiotu		Kod ECTS	
Otoczenie kulturowe w biznesie		8.0.12434	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot			
Zakład Rosjoznawstwa, Literatury i Kultury Rosyjskiej			
Studia			
wydział	kierunek	poziom	pierwszego stopnia
Wydział Filologiczny	Sinologia	forma	stacjonarne
		moduł	wszystkie
		specjalnościowy	wszystkie
		specjalizacja	wszystkie
Nazwisko osoby prowadzącej (osób prowadzących)			
dr hab. Urszula Patocka-Sigłowy, profesor uczelni			
Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin		Liczba punktów ECTS	
Formy zajęć		2	
Konwersatorium		30 godzin - udział w zajęciach;	
Sposób realizacji zajęć		10 godzin - samodzielne studiowanie literatury przedmiotu;	
zajęcia on-line, zajęcia w sali dydaktycznej		10 godzin - wykonanie prac zaliczeniowych.	
Liczba godzin		Suma: 50 godzin = 2 ECTS.	
Konwersatorium: 30 godz.			
Termin realizacji przedmiotu			
2023/2024 letni			
Status przedmiotu		Język wykładowy	
obowiązkowy		polski	
Metody dydaktyczne		Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne	
<ul style="list-style-type: none"> - Dyskusja - Praca w grupach - Wykład konwersatoryjny - Wykład problemowy - Wykład z prezentacją multimedialną 		Sposób zaliczenia	
		Zaliczenie na ocenę	
		Formy zaliczenia	
		ustalenie oceny zaliczeniowej na podstawie ocen cząstkowych otrzymywanych w trakcie trwania semestru	
		Podstawowe kryteria oceny	
		Student otrzymuje zaliczenie na podstawie ocen cząstkowych otrzymywanych w trakcie semestru z zadań proponowanych przez prowadzącego (100%).	
Sposób weryfikacji założonych efektów uczenia się			

zakładany efekt uczenia się	zadania realizowane w trakcie semestru
	Wiedza
K_W03	X
K_W06	X
K_W07	X
K_W11	X
K_W12	X
	Umiejętności
K_U01	X
K_U02	X
K_U04	X
K_U09	X
K_U19	X
	Kompetencje społeczne
K_K02	X
K_K05	X
K_K07	X

Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi

A. Wymagania formalne

Brak wymagań formalnych.

B. Wymagania wstępne

Brak wymagań wstępnych.

Cele kształcenia

Celem zajęć jest zapoznanie studentów z istotą wpływu kultury na prowadzenie działalności gospodarczej.

Treści programowe

Otoczenie kulturowe – różnorodność definicji kultury narodowej oraz jej elementy (R. Linton, E. B. Taylor, P. Cateor i P. Ghuari, G. Hofstede, E. Hall), kultura a cywilizacja, stereotypy i uprzedzenia – bariery wynikające z podłoża kulturowego, główne orientacje kulturowe, różnorodność klasyfikacji i modeli podziałów kultur narodowych. Pojęcie charakteru społecznego i charakteru narodowego. Znaczenie otoczenia kulturowego w biznesie międzynarodowym – obszary biznesu międzynarodowego, formy orientacji międzynarodowej przedsiębiorstw. Zróżnicowanie językowe w międzynarodowej działalności przedsiębiorstw – komunikacja jako proces przekazywania informacji, różnorodność językowa rynku międzynarodowego, różnorodność stylów komunikacji werbalnej, kontekst w komunikacji werbalnej, wpływ języka werbalnego na obszary biznesu międzynarodowego. Komunikacja niewerbalna w międzynarodowej działalności przedsiębiorstw. Specyfika zarządzania w organizacji wielokulturowej. Strategie marketingowe na różnych rynkach narodowych: pojęcie marketingu międzynarodowego i globalnego, orientacje międzynarodowe przedsiębiorstw, standaryzacja i adaptacja w marketingu, międzynarodowe otoczenie przedsiębiorstwa (otoczenie ekonomiczno-rynkowe, demograficzne, społeczno-kulturowe, polityczne, prawno-administracyjne), efekt kraju pochodzenia, rodzaje strategii międzynarodowych (od strategii lokalnej do globalnej), realizacja polityki produktu. Negocjacje międzynarodowe: natura negocjacji, techniki kształtowania miejsca negocjacji, bariery negocjacji międzynarodowych, kulturowe zróżnicowanie stylów negocjowania, główne obszary kulturowego zróżnicowania stylów negocjacji.

Wykaz literatury

A. Literatura wymagana do ostatecznego zaliczenia zajęć (zdania egzaminu):

A.1. wykorzystywana podczas zajęć

- Barker C. Studia kulturowe. Teoria i praktyka, Kraków 2003.
- Griffin E. Podstawy komunikacji społecznej, Gdańsk 2003.
- Hall E.T., Ukryty wymiar, Warszawa 2003.
- Hofstede G. Kultury i organizacje. Zaprogramowanie umysłu, Warszawa 2000.
- Mikułowski-Pomorski J., Komunikacja międzykulturowa, Kraków 1999.
- Mosty zamiast murów. Podręcznik komunikacji interpersonalnej, red. J. Stewart, Warszawa 2003.
- Ociepka B. Komunikowanie międzynarodowe, Wrocław 2002.

A.2. studiowana samodzielnie przez studenta

- Bartosik-Purgat M., Otoczenie kulturowe w biznesie międzynarodowym, Warszawa 2006.
- Burszta W. Antropologia kultury, Poznań 1998.
- Gesteland R. Różnice kulturowe a zachowania w biznesie, Warszawa 2000.

- Wołowik W., Międzynarodowy język ciała, Kraków 1998.

B. Literatura uzupełniająca:

- Bartmiński J., Językowy obraz świata, Lublin 1999.
- Dylematy wielokulturowości, red. W. Kalaga, Kraków 2004.
- Hampden-Turner C., Trompenaars A. Siedem wymiarów kultury, Warszawa 2002.
- Komunikacja międzykulturowa: zderzenie i spotkania. Antologia tekstów, red. A. Kapciak, A. Tyszka, Warszawa 1996.
- Nęcki Z., Komunikacja międzyludzka, Kraków 2000.

Prowadzący każdorazowo uaktualnia obowiązujący zestaw literatury przedmiotu.

Kierunkowe efekty uczenia się	Wiedza
K_W03, K_W06, K_W07, K_W11, K_W12 K_U01, K_U02, K_U04, K_U09, K_U19 K_K02, K_K05, K_K07	Student: K_W03 - Ma wiedzę o wybranych rodzajach struktur i instytucji społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, ekonomicznych), w szczególności ich istotnych elementach. K_W06 - Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu wybranych zagadnień ekonomicznych, zorientowaną także na zastosowanie praktyczne w wybranej sferze działalności kulturalnej, medialnej i gospodarczej, przede wszystkim w zakresie współpracy międzynarodowej związanej z obszarem języka polskiego i chińskiego. K_W07 - Ma uporządkowaną wiedzę o komunikacji międzykulturowej, zorientowaną także na zastosowanie praktyczne w wybranej sferze działalności kulturalnej, medialnej, przede wszystkim w zakresie współpracy międzynarodowej, związanej z obszarem języka polskiego i chińskiego. K_W11 - Zna metodykę wykonywania zadań, normy, procedury i dobre praktyki stosowane w instytucjach związanych z działalnością kulturalną i gospodarczą w zakresie współpracy międzynarodowej związanej z obszarem języka polskiego i chińskiego. K_W12 - Ma wiedzę o odbiorcach kultury i działań gospodarczych, a także podstawową wiedzę o metodach diagnozowania potrzeb i oceny jakości usług.
	Umiejętności Student: K_U01 - Potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informację przy zastosowaniu nowoczesnych technik pozyskiwania, klasyfikowania i analizowania informacji ze źródeł w języku polskim, chińskim i wybranym języku obcym, zgodnie ze wskazówkami opiekuna naukowego. K_U02 - Potrafi przeprowadzić analizę problemów badawczych, poprzedzoną właściwym doбором metod i narzędzi badawczych charakterystycznych dla dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla Sinologii. K_U04 - Umie samodzielnie i pod kierunkiem opiekuna naukowego zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności badawcze, korzystając z różnych źródeł w języku polskim, chińskim i wybranym języku obcym. K_U09 - Potrafi rozpoznawać procesy i bariery w komunikacji międzykulturowej. K_U19 - Potrafi pracować w grupie, przyjmując w niej różne role.
	Kompetencje społeczne (postawy) Student: K_K02 - Jest przygotowany do aktywnego uczestnictwa w grupach, organizacjach i instytucjach realizujących działania na rzecz integracji kulturowej, promowania kultury i zdolny do porozumiewania się z osobami będącymi i nie będącymi specjalistami w danej dziedzinie. K_K05 - Dostrzega i formułuje problemy moralne i dylematy etyczne związane ze środowiskiem profesjonalnym; poszukuje optymalnych rozwiązań, postępuje zgodnie z zasadami etyki. K_K07 - Uznaje i szanuje różnice punktów widzenia determinowane różnym podłożem narodowym i kulturowym oraz ma gotowość do działań na rzecz integracji kultur.
Kontakt	
urszula.patocka@ug.edu.pl	