



Przedmiot: Kulturowe Uwarunkowania Biznesu Międzynarodowego				
Forma zajęć: wykład	Semestr: 2	Rok: 1	Wymiar godzin: 15	Punkty ECTS: 5
Forma zaliczenia: egzamin		Typ przedmiotu: obowiązkowy		Język nauczania: polski
Kierunek: Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze			Tryb: stacjonarne	Rodzaj: magisterskie
Specjalność:				
Katedra: MSG				
Stopień naukowy wykładowcy: dr		Imię i nazwisko wykładowcy: Przemysław Skulski		

Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):

Opanowanie przez studentów wiedzy z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych oraz podstaw socjologii

Program przedmiotu:

1. Kultura (definicje i pojmowanie kultury; źródła kultury; podmioty kultury; problemy międzykulturowe (asymilacja, multikulturowość))
2. Typologie kultur (cztery wymiary kultury G. Hofstede; kultury niskiego i wysokiego kontekstu (T. Hall); kultury propartnerskie i protransakcyjne (R. Gesteland); typologie kultur wg. Trompenaarsa i Hampden-Turnera)
3. Komunikacja międzykulturowa (modele komunikacji; funkcje komunikacji; znaczenie komunikacji w różnych kulturach)
4. Znaczenie uprzedzeń i stereotypów; pojęcie uprzedzeń; dystans etniczny; pojęcie stereotypu; stereotypy narodowe; autostereotypy)
5. Międzynarodowe otoczenie kulturowe (międzynarodowe otoczenie przedsiębiorstwa; elementy otoczenia kulturowego; system wartości; religia; język i komunikacja niewerbalna; edukacja; estetyka; organizacja społeczna; kultura materialna)
6. Wpływ różnic kulturowych na biznes międzynarodowy (wpływ różnic kulturowych na negocjacje w biznesie międzynarodowym; różnice kulturowe a marketing międzynarodowy; analiza wybranych przypadków)

Metody dydaktyczne:

Wykład monograficzny, wykład konwersatoryjny, analiza case study

Cele przedmiotu:

Celem jest zapoznanie studentów ze znaczeniem problemów kulturowych we współczesnym biznesie międzynarodowym, pokazanie różnic kulturowych, zaprezentowanie wpływu uwarunkowań kulturowych na działania biznesowe (marketing, negocjacje) oraz sposobów rozwiązywania występujących dylematów kulturowych.

Warunki zaliczenia:

Egzamin w formie testu

Literatura podstawowa (do 4 pozycji):

Mikułowski-Pomorski J., Komunikacja międzynarodowa, Wprowadzenie, Wyd. AE w Krakowie, Kraków 1999.
Gesteland R., Różnice kulturowe a zachowania w biznesie, PWN, Warszawa 2000.
Hofstede G., Kultury i organizacje. Zaprogramowanie umysłu, PWE, Warszawa 2007.
Trompenaars F., Hampden-Turner J., Siedem wymiarów kultury, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2002.

Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):

Duliniec E., Marketing międzynarodowy, PWE, Warszawa 2009.
Sułkowski Ł., Procesy kulturowe w organizacjach, TNOiK, Toruń-Łódź 2002.
Usunier J-C, Marketing across cultures, Prentice Hall, Harlow 2000.