



Przedmiot: Etykieta menadżera w biznesie międzynarodowym				
Forma zajęć: wykład	Semestr: 2	Rok: 1	Wymiar godzin: 15	Punkty ECTS: 3
Forma zaliczenia: zaliczenie na ocenę		Typ przedmiotu: do wyboru		Język nauczania: polski
Kierunek: Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze			Tryb: stacjonarne	Rodzaj: magisterskie
Specjalność: Handel zagraniczny				
Katedra: MSG				
Stopień naukowy wykładowcy: dr		Imię i nazwisko wykładowcy: Marzena Adamczyk		

Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):

Ekonomika i Organizacja Handlu Międzynarodowego, Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze, Biznes Międzynarodowy

Program przedmiotu:

Podstawowe pojęcia związane z biznesem międzynarodowym.
Funkcjonowanie menadżera w biznesie międzynarodowym.
Podstawowe definicje i pojęcia związane z etykietą menadżera.
Zasady precedencji w biznesie międzynarodowym.
Zasady komunikacji w biznesie międzynarodowym.
Wpływ emocji na komunikowanie się.
Różnice kulturowe a biznes międzynarodowy.
Zasady savoir-vivre.
Manipulacja - rodzaje i umiejętność obrony przed nią.

Metody dydaktyczne:

Wykład z wykorzystaniem technik multimedialnych (rzutnik, prezentacja w power point), projekcja filmów o savoir-vivre, technikach manipulacyjnych.

Cele przedmiotu:

Zaprezentowanie podstawowych pojęć związanych z etykietą menadżera funkcjonującego w obszarze biznesu międzynarodowego. Przedstawienie zasad komunikacji w biznesie międzynarodowym oraz wykształcenie umiejętności prawidłowego komunikowania się na rynku międzynarodowym z uwzględnieniem pojawiających się tam trudności oraz różnic kulturowych. Nauczenie wychwytywania technik manipulacyjnych i obrony przed nimi.

Warunki zaliczenia:

zaliczenie na ocenę - test sprawdzający

Literatura podstawowa (do 4 pozycji):

Kamińska-Radomska I., Etykieta biznesu, czyli międzynarodowy język kurtuazji, Wyd. Studio Emka, Warszawa 2003
Bartosik-Purgat, M., Otoczenie kulturowe w biznesie międzynarodowym, PWE, Warszawa 2006
Ikanowicz C., Piekarski J.W. , Protokół dyplomatyczny i dobre obyczaje, Wydawnictwo SGH, Warszawa 2007
Bortnowski A. W., Protokół dyplomatyczny i savoir-vivre dla każdego, Przedsiębiorstwo Wydawniczo – Poligraficzne GRYF, Ciechanów 2004

Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):

Kendik M., Negocjacje międzynarodowe, Wyd. Difin, Warszawa 2009
Cialdini R., Wywieranie wpływu na ludzi, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2009
Matsumo D., Juang L., Psychologia międzykulturowa, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2009