

I. KARTA OPISU PRZEDMIOTU	
Kierunek	Ekonomia
Poziom kształcenia	Pierwszy
Profil kształcenia	Praktyczny
Forma prowadzenia studiów	Niestacjonarny
Przedmiot/ kod	Komunikacja w biznesie międzynarodowym w j. angielskim IGZPE-1-KBMA
Rok studiów	Trzeci
Semestr	Piąty i szósty
Liczba godzin:	
semestr piąty	Wykłady: 0 Ćwiczenia: 0 Laboratoria: 27
semestr szósty	Wykłady: 0 Ćwiczenia: 0 Laboratoria: 27
Liczba punktów ECTS	ECTS łącznie: 8
Prowadzący przedmiot	Dr Magdalena Urbaniak-Elkholy
Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności, kompetencji personalnych i społecznych	Znajomość podstawowego słownictwa w języku angielskim z zakresu ekonomii. Umiejętność posługiwania się w mowie i piśmie językiem angielskim na poziomie B1 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego. Otwartość na współpracę w środowisku międzynarodowym, umiejętność dyskusji i pracy w grupie.
Cel (cele) przedmiotu	Przybliżenie studentom złożoności problemu komunikacji w biznesie międzynarodowym ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki krajów anglojęzycznych oraz dostarczenie praktycznej wiedzy z zakresu komunikacji w biznesie. Przygotowanie studentów do pracy w środowisku międzynarodowym zróżnicowanym językowo i kulturowo.

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ		
Symbole efektów uczenia się	Potwierdzenie osiągnięcia efektów uczenia się Student:	Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku studiów
IGZPE-1-KBMA-01	Posiada wiedzę w zakresie karty opisu przedmiotu (cele i efekty uczenia się) oraz zasad bezpieczeństwa i higieny pracy w odniesieniu do przedmiotu. Ma świadomość wieloaspektowości komunikacji w biznesie międzynarodowym, ze szczególnym uwzględnieniem krajów anglojęzycznych.	LKEKO_W03
IGZPE-1-KBMA-02	Zna elementy komunikacji werbalnej i niewerbalnej.	LKEKO_W02 LKEKO_W03
IGZPE-1-KBMA-03	Zna różne style zarządzania oraz różne style pracy w zróżnicowanym kulturowo środowisku międzynarodowym.	LKEKO_W03 LKEKO_W05
IGZPE-1-KBMA-04	Ma podstawową wiedzę na temat komunikacji marketingowej w biznesie międzynarodowym.	LKEKO_W02 LKEKO_W05
IGZPE-1-KBMA-05	Posiada umiejętność prawidłowego wykorzystywania elementów komunikacji werbalnej i niewerbalnej w procesie komunikacji międzykulturowej.	LKEKO_U02
IGZPE-1-KBMA-06	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę dotyczącą szeroko pojętego pojęcia kultury w przedsiębiorstwie, a także przełamywania barier i stereotypów w celu nawiązania kontaktów biznesowych z partnerem z innego kręgu kulturowego oraz skutecznego funkcjonowania w międzynarodowym środowisku biznesowym.	LKEKO_U02

IGZPE-1-KBMA-07	Potrafi posługiwać się językiem angielskim na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego w sytuacjach biznesowych.	LKEKO_U10
IGZPE-1-KBMA-08	Ma świadomość poziomu swojej wiedzy i kompetencji językowych; świadomie kształtuje swoją karierę zawodową na rynku międzynarodowych oraz jest otwarty na szanse komercyjnego wykorzystania posiadanej wiedzy i umiejętności.	LKEKO_K01
IGZPE-1-KBMA-09	Potrafi pracować i współdziałać w grupie zróżnicowanej kulturowo w języku angielskim, przyjmując różne role w sytuacjach biznesowych, reprezentując przy tym postawę kreatywną. Postępuje zgodnie z zasadami etyki biznesowej, z poszanowaniem odmienności kulturowej i wykazuje postawę otwartości wobec partnera biznesowego z innego kręgu kulturowego.	LKEKO_K02

III. TREŚCI KSZTAŁCENIA

Symbol	Treści kształcenia	Odniesienie do efektów uczenia się przedmiotu
TK_1	Omówienie przedmiotu: zapoznanie studentów z kartą opisu przedmiotu, zapoznanie z efektami uczenia się przewidzianymi dla przedmiotu, zapoznanie z celami przedmiotu realizowanymi w trakcie zajęć. Zapoznanie z zasadami bezpieczeństwa i higieny pracy w odniesieniu do przedmiotu. Termin <i>komunikacja</i> , elementy komunikacji werbalnej i niewerbalnej, pojęcie <i>komunikacji interkulturowej</i> .	IGZPE-1-KBMA-01,02,05,07
TK_2	Termin <i>kultura</i> , różnice kulturowe w komunikacji biznesowej i wynikające z nich zwyczaje biznesowe na świecie. Etykieta w międzynarodowych sytuacjach biznesowych.	IGZPE-1-KBMA-01,06,07,09
TK_3	Termin <i>kultura w przedsiębiorstwie</i> , jej cechy, elementy oraz rodzaje.	IGZPE-1-KBMA-01,06,08,09
TK_4	Cechy silnej kultury w przedsiębiorstwie międzynarodowym i związane z nią <i>style zarządzania</i> .	IGZPE-1-KBMA-03,06,08,09
TK_5	Tworzenie wizerunku firmy na rynkach międzynarodowych.	IGZPE-1-KBMA-03,04,06,
TK_6	Percepcja przekazów marketingowych w środowisku zróżnicowanym kulturowo jako element procesu komunikacji.	IGZPE-1-KBMA-01,04,05,09
TK_7	Pojęcie <i>stereotyp</i> vs. <i>uprzedzenie</i> . Przełamywanie stereotypów w komunikacji interkulturowej.	IGZPE-1-KBMA-06,07,09
TK_8	<i>Style pracy</i> w zróżnicowanym kulturowo środowisku międzynarodowym.	IGZPE-1-KBMA-01,03,07,08,09

IV. LITERATURA PRZEDMIOTU

Podstawowa:

- M. O’Keeffe, I. Dubicka, B. Dignen, M. Hogan, L. Wright (2018): *Business Partner B1+ / B2*, Pearson.
- P. Emmerson (2010): *Essential Business Vocabulary Builder*, Macmillan.
- P. Emmerson (2010): *Business Vocabulary Builder*, Macmillan.

Uzupełniająca:

- D. Cotton, D. Falvey, S. Kent (2021): *Market Leader 3Ed Extra Intermediate*, Pearson.
- Zenderowski, R., Koziński, B. (2019): *Różnice kulturowe w biznesie*. Warszawa.
- A. Pilbeam (2018): *Market Leader. Working Across Culture*, Pearson.
- J. Allison, P. Emmerson (2015): *The Business 2.0*, Macmillan.
- A. Vaughan, D. Zemach (2014): *Get Ready for International Business 2 TOEIC*, Macmillan.
- P. Emmerson (2010): *Business Grammar Builder*, Macmillan.
- P. Emmerson (2007): *Business English Handbook*, Macmillan.
- M. Bartosik-Purgat (2006): *Otoczenie kulturowe w biznesie międzynarodowym*. Warszawa.
- *Harvard Business Review*, wydania 2021-2022

V. SPOSÓB OCENIANIA PRACY STUDENTA

Symbol efektu uczenia dla przedmiotu	Symbol treści kształcenia realizowanych w trakcie zajęć	Forma realizacji treści kształcenia	Typ oceniania	Metody oceny
IGZPE-1-KBMA-01	TK_1,2,3,6,8	ćwiczenia	zaliczenie z oceną	zaliczenie pisemne
IGZPE-1-KBMA-02	TK_1	ćwiczenia	zaliczenie z oceną	zaliczenie pisemne
IGZPE-1-KBMA-03	TK_4,5,8	ćwiczenia	zaliczenie z oceną	zaliczenie pisemne
IGZPE-1-KBMA-04	TK_5,6	ćwiczenia	zaliczenie z oceną	zaliczenie pisemne
IGZPE-1-KBMA-05	TK_1,6	ćwiczenia	zaliczenie z oceną	zaliczenie pisemne
IGZPE-1-KBMA-06	TK_2,3,4,5,7	ćwiczenia	zaliczenie z oceną	zaliczenie pisemne
IGZPE-1-KBMA-07	TK_1,2,7,8	ćwiczenia	zaliczenie z oceną	zaliczenie pisemne
IGZPE-1-KBMA-08	TK_3,4,8	ćwiczenia	zaliczenie z oceną	zaliczenie pisemne
IGZPE-1-KBMA-09	TK_2,3,4,6,7,8	ćwiczenia	zaliczenie z oceną	zaliczenie pisemne

VI. OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA (w godzinach)

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny zajęć z nauczycielem	W godzinach
Semestr piąty i szósty	
Wykład	
Ćwiczenia	
Laboratoria	54
Praca własna studenta	W godzinach
Przygotowanie do zajęć	43
Czytanie wskazanej literatury	43
Przygotowanie do zaliczenia	60
Łączny nakład pracy studenta	200 godz.

VII. OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA (ECTS)

Sumaryczna liczba punktów ECTS z przedmiotu	8 ECTS
Nakład pracy studenta związany z zajęciami o charakterze praktycznym	8 ECTS
Nakład pracy związany z zajęciami wymagającymi bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	2,16 ECTS
Nakład pracy własnej studenta	5,84 ECTS

VIII. KRYTERIA OCENY

5	znakomita wiedza, umiejętności, kompetencje
4,5	bardzo dobra wiedza, umiejętności, kompetencje
4	dobra wiedza, umiejętności, kompetencje
3,5	zadawalająca wiedza, umiejętności, kompetencje, ale ze znacznymi niedociągnięciami
3	zadawalająca wiedza, umiejętności, kompetencje, z licznymi błędami

Forma zaliczenia:

zaliczenie z oceną

Laboratorium:

1. Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest przystąpienie studenta do zaliczenia pisemnego w języku angielskim i wykazanie, że:

- zna elementy komunikacji werbalnej i niewerbalnej, rozumie pojęcie komunikacji interkulturowej oraz potrafi omówić proces komunikacji,
- zna style zarządzania w przedsiębiorstwie oraz style pracy w zróżnicowanym kulturowo środowisku międzynarodowym,
- rozumie pojęcie kultury oraz kultury w przedsiębiorstwie i potrafi przedstawić jej cechy, elementy oraz rodzaje,
- wykazuje się wiedzą na temat strategii tworzenia wizerunku firmy na rynkach międzynarodowych oraz percepcji przekazów marketingowych w środowisku zróżnicowanym kulturowo,
- zna i rozumie termin stereotyp oraz potrafi zaprezentować strategię przełamywania stereotypów w kontaktach biznesowych,
- zna i rozumie zasady etyki biznesowej oraz zasady poszanowania odmienności kulturowej w międzynarodowym środowisku biznesowym,
- posługuje się w piśmie językiem angielskim na poziomie przynajmniej B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego i zna podstawowe słownictwo z zakresu ekonomii w j. angielskim.

2. Skala ocen:

100% - 95%	5
94% - 86%	4,5
85% - 80%	4
79% - 69%	3,5
68% - 50%	3
49% - 0%	2

IX. METODY REALIZACJI TREŚCI KSZTAŁCENIA

(stosowane na zajęciach metody, które pozwalają na opanowanie treści zajęć przez studentów)

Na zajęciach stosowane są aktywizujące studentów metody realizacji treści kształcenia, tj.:

- analiza materiałów video i audio,
- odgrywanie ról,
- praca z tekstem, wyszukiwanie rozwiązań wskazanych problemów i zagadnień,
- dyskusja (przygotowana przez prowadzącego lub przygotowana i moderowana przez studentów),
- studium przypadku pochodzącego z praktyki społecznej, z filmu lub z prasy,
- przygotowanie wystąpienia indywidualnego lub grupowego.

Zatwierdzenie sylabusu:

Opracowała: dr Magdalena Urbaniak-Elkholy

Sprawdził pod względem formalnym (koordynator przedmiotu): dr Magdalena Urbaniak-Elkholy

Zatwierdził (Dyrektor Instytutu): dr Przemysław Bartkiewicz, prof. PWSZ