

## PROGRAM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

### Semestr I

L.P.	Nazwa przedmiotu	Treści programowe	Liczba godzin	Forma zajęć (Wyk./Ćw./Sem./Lab./Konw./War./Pr.)*	Forma zaliczenia (Egz./Zaliczenie/Zal.)*	Punkty ECTS
1.	Różnorodność kulturowa - wprowadzenie	Procesy stereotypizacji i dyskryminacji. Globalizacja i internacjonalizacja w miejscu pracy. Szok kulturowy i akulturacja. Typologie kultur. Klasyfikacja różnic kulturowych i ich wpływ na miejsce pracy.	12	Konw.	Zo	3
2.	Trening kompetencji międzykulturowych	Modele kompetencji międzykulturowych. Model DIE. Różnice kulturowe – praca z materiałem audiowizualnym. Typologie kultur - analiza studium przypadku. Praca metodą incydentów krytycznych (A. Thomas).	9	War.	Zo	2
3.	DEI. Diversity, Equity, Inclusion	Geneza i założenia strategii DEI. Polityki równego traktowania - przegląd podejść. Inkluzywność w komunikacji językowej i wizualnej. Wymiary DEI (różnorodność kulturowa, pokoleniowa, płciowa i zdrowotna, neuroróżnorodność w miejscu pracy) i strategię ich wdrażania.	9	Ćw.	Zo	2
4.	Budowanie zespołów międzykulturowych	Proces grupowy. Identyfikacja i znaczenie ról zespołowych. Zespół monokulturowy a zespół międzykulturowy - wyzwania i potrzeby. Skuteczna integracja zespołów międzykulturowych. Kulturowe uwarunkowania stylów przywództwa. Międzynarodowe zespoły wirtualne.	12	Ćw.	Zo	2
5.	Strategie negocjacji międzykulturowych w miejscu pracy	Negocjacje międzykulturowe - podejścia i strategię. Negocjacje międzykulturowe a style komunikacji. Konflikty w zespołach międzykulturowych.	9	War.	Zo	2
6.	Branding – strategia tworzenia marki	Wartości marki. Osobowość marki. Identyfikacja grupy docelowej. Tworzenie persony marki i konsumenta. Identyfikacja wizualna. Archetypy marki. Naming.	15	Ćw.	Zo	2
7.	Kulturowe aspekty employer branding	Definicja i rola employer branding. Employer branding a kultura organizacyjna. Trendy związane z employer brandingiem wśród różnych grup kulturowych i pokoleniowych. Działania wizerunkowe w employer branding. Inkluzywność w rekrutacji.	9	Ćw.	Zo	1
8.	Talent management	Międzykulturowy talent management – definicja i cele. Pozyskiwanie i selekcja talentów. Narzędzia ewaluacji potencjału i potrzeb pracownika. Budowanie ścieżki kariery pracownika. Projektowanie i wdrażanie programów rozwojowych w miejscu pracy.	12	Ćw.	Zo	2
Razem			87			16

## Semestr II

L.P.	Nazwa przedmiotu	Treści programowe	Liczba godzin	Forma zajęć (Wyk./Ćw./Sem./Lab./Konw./War./Pr.)*	Forma zaliczenia (Egz./Zal.)*	Punkty ECTS
1.	Trening kreatywności	Proces kreatywnego myślenia. Techniki stymulujące kreatywność. Brainstorming. Problem-solving.	9	War.	Zo	1
2.	Cultural branding	Douglas Holt i strategia kulturowa. Rola kultury w budowaniu wizerunku marek. Komunikacja marki w kontekście kultury. Społeczne konteksty w kreowaniu marki. Wartości konsumenckie w kontekście kultury. Semiotyka w marketingu.	15	Ćw.	Zo	2
3.	Trendwatching - monitorowanie trendów w komunikacji	Trendwaching. Foresight. Wprowadzenie do analizy trendów. Megatrendy i mikrotrendy. Trendhunting - białe łabędzie i szare nosorożce. Adaptacja trendów w środowisku biznesowym.	12	Ćw.	Zo	2
4.	Diagnostyka lokalnych potrzeb i preferencji rynkowych	Narzędzia badawcze w diagnostyce potrzeb i preferencji konsumenckich – badania ilościowe, badania jakościowe. Antropologia kulturowa. Etnografia. Netnografia.	15	Ćw.	Zo	2
5.	Projektowanie produktów i usług w różnych kontekstach kulturowych	Funkcjonalność oraz estetyka produktów i usług w kontekście uwarunkowań kulturowych. Etyczne i społeczne aspekty projektowania. Marketing wielokulturowy. Strategia dywersyfikacji i standaryzacji w komunikacji marek.	12	Ćw.	Zo	2
6.	Efektywny feedback międzykulturowy	Rola feedbacku w miejscu pracy. Feedback w różnych kulturach. Elementy skutecznej komunikacji zwrotnej. Techniki udzielania feedbacku.	9	Ćw.	Zo	1
7.	Zarządzanie międzykulturowym kryzysem wizerunkowym	Strategie zarządzania komunikacją w sytuacjach kryzysowych. Aspekty międzykulturowe w zarządzaniu kryzysowym. Działania wewnętrzne i zewnętrzne w sytuacjach kryzysowych.	9	Ćw.	Zo	1
8.	Intercultural Lab	Tworzenie strategii komunikacji międzykulturowej dla wybranej organizacji i wybranego jej obszaru działania.	15	War.	Zo	3
Razem			96			14

\* Objaśnienia

Formy zajęć:

Wyk. - wykład  
 Ćw. - ćwiczenia  
 Sem. – seminarium  
 Lab. - laboratorium  
 Konw. - konwersatorium  
 War. - warsztaty  
 Pr. - praktyka

Formy zaliczenia:

Egz. – egzamin  
 Zal. – zaliczenie bez oceny  
 Zo - zaliczenie z oceną