

KARTA PRZEDMIOTU**I. Dane podstawowe**

Nazwa przedmiotu	Kultura organizacji
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Culture of organization
Kierunek studiów	Ekonomia
Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie)	I
Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne)	stacjonarne
Dyscyplina	Ekonomia i finanse
Język wykładowy	polski

Koordinator przedmiotu/osoba odpowiedzialna	Dr hab. Dariusz Eligiusz Staszczak, prof. KUL
---	---

Forma zajęć(<i>katalog zamknięty ze słownika</i>)	Liczba godzin	semestr	Punkty ECTS
wykład			
konwersatorium	30	II	
ćwiczenia			
laboratorium			
warsztaty			
seminarium			
proseminarium			
lektorat			
praktyki			
zajęcia terenowe			
pracownia dyplomowa			
translatorium			
wizyta studyjna			

Wymagania wstępne	1. Zarządzanie
-------------------	----------------

II. Cele kształcenia dla przedmiotu

C1. Przekazanie studentom wiedzy o kulturze organizacji oraz jej przejawach wewnętrznych i zewnętrznych.

III. Efekty uczenia się dla przedmiotu wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
WIEDZA		
W_01	Ma wiedzę z zakresu społeczno-kulturowych i historycznych uwarunkowań funkcjonowania organizacji oraz wewnętrznych i zewnętrznych przejawów jej kultury	K_W09
W_02		
W_03		
UMIEJĘTNOŚCI		
U_01	Potrafi obserwować i interpretować różnice w zarządzaniu firmą	K_U02
U_02	Zna różnice w sposobach oddziaływania organizacji gospodarczych i politycznych na społeczeństwo	K_U05
U_....		
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_01	Ma świadomość różnic występujących w poszczególnych kulturach organizacji i ich przyczyn	K_K05
K_02		
K_...		

IV. Opis przedmiotu/ treści programowe

<p>Konwersatorium</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definicje kultury organizacji 2. Przejawy kultury 3. Firmy znane z identyfikacji kultur 4. Kultury stworzone przez wybitne osobistości 5. Monopsony i kartele pracodawców jako przejawy dominacji pracodawców nad pracownikami 6. Oligopole i kartele jako przejawy dominacji firm nad klientami 7. Zewnętrzne przejawy oddziaływań kultury organizacji na konsumentów - marketing mix (ekonomiczny) i jego globalizacja 8. Zewnętrzne przejawy oddziaływań kultury organizacji na konsumentów - marketing mix (ekonomiczny) i jego globalizacja 8. Zewnętrzne przejawy oddziaływań kultury organizacji na wyborców - marketing polityczny i globalizacja jego strategii. 9. Porównanie marketingu ekonomicznego i politycznego. 10. Społeczna odpowiedzialność biznesu globalnego. <p>.</p>

V. Metody realizacji weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody dydaktyczne (lista wyboru)	Metody weryfikacji (lista wyboru)	Sposoby dokumentacji (lista wyboru)
WIEDZA			
W_01	konwersatorium	Dwa kolokwia	Ocena za dwa kolokwia
UMIEJĘTNOŚCI			

U_01	konwersatorium	dyskusja	punkty za aktywność
U_02	konwersatorium	dyskusja	punkty za aktywność
U_....			
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
K_01	konwersatorium	dyskusja	punkty za aktywność
K_02			
K_...			

VI. Kryteria oceny, wagi...

Konwersatorium łączy elementy wykładu oraz dyskusji dotyczącej różnic w wewnętrznych i zewnętrznych przejawach kultury różnych organizacji

Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Dopuszczalna jest jedna nieobecność. Podstawą do zaliczenia na ocenę będą dwa kolokwia oraz aktywność na zajęciach.

Ocena niedostateczna

(W) student nie zna i nie rozumie kultury organizacji

(U) student nie potrafi przeprowadzić analizy kultury organizacji

(K) student nie wykazuje aktywności na zajęciach w zakresie dyskusji i rozwiązywania problemów z zakresu kultury organizacji

Ocena dostateczna

(W) student zna i rozumie w dostatecznym zakresie kulturę organizacji

(U) student potrafi w dostatecznym stopniu przeprowadzić analizę kultury organizacji

(K) student wykazuje w dostatecznym stopniu aktywność na zajęciach w zakresie dyskusji i rozwiązywania problemów z zakresu kultury organizacji

Ocena dobra

(W) student zna i rozumie w dużym zakresie kulturę organizacji

(U) student potrafi w wysokim stopniu przeprowadzić analizę kultury organizacji

(K) student wykazuje w wysokim stopniu aktywność na zajęciach w zakresie dyskusji i rozwiązywania problemów z zakresu kultury organizacji

Ocena bardzo dobra

(W) student zna i rozumie w bardzo dużym zakresie kulturę organizacji

(U) student potrafi w bardzo wysokim stopniu przeprowadzić analizę kultury organizacji

(K) student wykazuje w bardzo wysokim stopniu aktywność na zajęciach w zakresie dyskusji i rozwiązywania problemów z zakresu kultury organizacji

VII. Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności studenta	Liczba godzin
Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem	30
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	30

VIII. Literatura

Literatura podstawowa
L. Zbiegień-Maciąg: Kultura w organizacji. Identyfikacja kultur znanych firm: Wydawnictwo Naukowe PWN; Warszawa 2013
Literatura uzupełniająca
D. E. Staszczak: Globalizacja. Zbiorowa hegemonia mocarstw i korporacji transnarodowych a globalny marketing; Wydawnictwo Adam Marszałek; Toruń 2007