**Nazwa przedmiotu:**

Komunikacja w działalności gospodarczej

**Koordynator przedmiotu:**

mgr Bożena Chorosińska

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Ekonomia

**Grupa przedmiotów:**

Obowiązkowe

**Kod przedmiotu:**

GP 31

**Semestr nominalny:**

4 / rok ak. 2012/2013

**Liczba punktów ECTS:**

2

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

30h - wykłady, 4h - przygotowanie do zajęć w tym zapoznanie z literaturą, 16h - przygotowanie do kolokwium. Razem 50h = 2 ECTS.

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

1,2 ECTS - wykłady.

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

0

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 30h |
| Ćwiczenia:  | 0h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 0h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

brak

**Limit liczby studentów:**

min. 15

**Cel przedmiotu:**

Celem zajęć jest uświadomienie roli jaką komunikacja interpersonalna, organizacyjna i międzykulturowa odgrywa w zarządzaniu podmiotami gospodarczymi oraz kształcenie umiejętności efektywnego komunikowania się w różnorodnych sytuacjach.

**Treści kształcenia:**

W1 - Istota i proces komunikowania się. Elementy i cechy procesu komunikowania się. W2 - Wymiary komunikowania się i sieci komunikacji. W3 - Formy komunikowania się: symetryczne, niesymetryczne, jednokierunkowe, dwukierunkowe, formalne, nieformalne, obronne, podtrzymujące. W4 - Komunikowanie się pisemne i werbalne. W5 - Komunikowanie się niewerbalne. W6 - Techniki autoprezentacji, budowanie dobrych relacji z rozmówcami. Wykorzystanie komunikacji w negocjacjach. W7 - Komunikowanie się marketingowe przedsiębiorstwa z otoczeniem: reklama, promocja osobista, promocja sprzedaży, public relations. W8 - Badania marketingowe jako element komunikowania się przedsiębiorstwa z rynkiem. W9 - Komunikowanie się międzykulturowe. W10 - Techniki grupowego komunikowania się w organizacji. W11 - Metody porozumiewania się w organizacji ukierunkowane na zwiększenie partycypacji pracowników. W12 - Techniczne narzędzia wspomagania procesu komunikowania się. W13 - Systemy informatyczne służące polepszaniu przepływu informacji w organizacji. System CRM jako narzędzie zarządzania informacjami w celu poprawy komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej przedsiębiorstwa.

**Metody oceny:**

Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest uzyskanie przez studenta pozytywnych ocen z dwóch pisemnych kolokwiów oraz ocena pracy w grupach. Test wielokrotnego wyboru z pytaniami otwartymi punktowany jest następująco; ocena 5,0 - 20 pkt; 4,5 - 18 pkt; 4,0 - 16 pkt; 3,5 - 14 pkt; 3,0 - 12 pkt. Łączna ocena z przedmiotu; 5,0 - 40 pkt; 4,5 - 36 pkt; 4,0 - 32 pkt; 3,5 -28 pkt; 3,0 - 24 pkt

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

1. Potocki A., Winkler R., Żbikowska A.: Techniki komunikacji w organizacjach gospodarczych. Difin, Warszawa 2003; 2. Stankiewicz J.: Komunikowanie się w organizacji. Wydawnictwo Astrum, Wrocław 2006; 3. Blythe J. 2002: Komunikacja marketingowa. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa;
4. Kiełtyka L. 2002: Komunikacja w zarządzaniu. Techniki, narzędzia i formy przekazu informacji. Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa; 5. Sobkowiak B. 2005: Interpersonalne i grupowe komunikowanie się w organizacji. Wydawnictwo Forum Naukowe, Poznań; 6. Szopski M. 2005: Komunikowanie międzykulturowe. Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa

**Witryna www przedmiotu:**

www.knes.pw.plock.pl

**Uwagi:**

brak

## Efekty przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Efekt W18:**

 Ma wiedzę na temat roli i znaczenia komunikacji w działalności gospodarczej. Zna różne formy i zasady komunikacji w przedsiębiorstwie.

Weryfikacja:

kolokwium (W1-W13)

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_W18

**Powiązane efekty obszarowe:** S1A\_W06

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt U22:**

 Potrafi efektywnie komunikować się wykorzystując różne formy, zasady, techniki i metody komunikacji w działalności gospodarczej.

Weryfikacja:

kolokwium (W1-W13)

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_U22

**Powiązane efekty obszarowe:** S1A\_U02

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Efekt K01:**

 Ma świadomość konieczności ciągłego doskonalenia form komunikowania się.

Weryfikacja:

kolokwium (W1-W13)

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_K01

**Powiązane efekty obszarowe:** S1A\_K01

**Efekt K02:**

 Potrafi pracować w grupie, przyjmując w niej różne role; jest zdolny do skutecznego komunikowania się. Potrafi budować dobre relacje wykorzystując różne formy komunikacji.

Weryfikacja:

Praca w grupie

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_K02

**Powiązane efekty obszarowe:** S1A\_K02