**Nazwa przedmiotu:**

Komunikacja w działalności gospodarczej

**Koordynator przedmiotu:**

dr Marlena Piekut

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Ekonomia

**Grupa przedmiotów:**

Obowiązkowe

**Kod przedmiotu:**

GP 32

**Semestr nominalny:**

5 / rok ak. 2015/2016

**Liczba punktów ECTS:**

4

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

15 h - wykłady, 15 h - ćwiczenia, 8 h - konsultacje, 12 h - inne ( 6 h - egzaminy, egzaminy poprawkowe, 4 h - dodatkowe zaliczenia, 2 h - cząstkowe sprawdzenie przygotowania do zajęć), 14h - przygotowanie do zajęć w tym zapoznanie z literaturą, 10 h - przygotowanie do kolokwiów, 6 h - przygotowanie do wystąpienia, 20 h - przygotowanie do egzaminu. Razem 100h = 4 ECTS

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

0,6 ECTS - wykłady, 0,6 ECTS - ćwiczenia
0,8 ECTS w tym: konsultacje w związku z przygotowaniem do egzaminu, egzaminy, egzaminy poprawkowe, dodatkowe zaliczenia, cząstkowe sprawdzenie przygotowania do zajęć

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

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

2 ECTS

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

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład: | 15h |
| Ćwiczenia: | 15h |
| Laboratorium: | 0h |
| Projekt: | 0h |
| Lekcje komputerowe: | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Podstawy nauki o przedsiębiorstwie

**Limit liczby studentów:**

Wykład: min. 15; Ćwiczenia: min 20.

**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:**

Wykłady:
W1 - Istota i proces komunikowania się. W2 - Potrzeby komunikacyjne współczesnych przedsiębiorstw. W3 - Elementy i cechy procesu komunikowania się. W4 - Wymiary komunikowania się i sieci komunikacji. W5 - Formy komunikowania się: symetryczne, niesymetryczne, jednokierunkowe, dwukierunkowe, formalne, nieformalne, obronne, podtrzymujące. W6 - Komunikowanie się pisemne i werbalne. W7 - Komunikowanie się niewerbalne. W8 - Komunikowanie się marketingowe przedsiębiorstwa z otoczeniem: reklama, promocja osobista, promocja sprzedaży. W9 - Public relations. W10 - Badania marketingowe jako element komunikowania się przedsiębiorstwa z rynkiem. W11 - Komunikowanie się międzykulturowe. W12 - Techniki grupowego komunikowania się w organizacji. W13 - Metody porozumiewania się w organizacji ukierunkowane na zwiększenie partycypacji pracowników. W14 - Techniczne narzędzia wspomagania procesu komunikowania się. W15 - Systemy informatyczne służące polepszaniu przepływu informacji w organizacji.
Ćwiczenia:
1. Ustanowienie reguł pracy w grupie. Wzajemne poznanie się uczestników w grupie. 2. Techniki autoprezentacji - część 1. 3. Techniki autoprezentacji - część 2. 4. Budowanie dobrych relacji z rozmówcami. Budowanie otwartości i empatii. 5. Kolokwium I 6. Kształtowanie poczucia własnej wartości. 7. Radzenie sobie ze stresem, tremą i lękiem. 8. Rozpoznawanie barier w komunikowaniu się. 9. Ćwiczenie zachowań asertywnych i komunikatów Ja. 10. Wykorzystanie komunikacji w negocjacjach. 11. Rozpoznawanie strategii i zachowań kontrahentów. 12. Radzenie sobie z konfliktem. 13. Motywowanie grupy do działania. 14. Przemawianie na żywo. Sztuka prezentowania. Głos, zachowania. Powtórzenia. Ocena wypowiedzi. 15. Kolokwium II.

**Metody oceny:**

Zaliczenie wykładu na podstawie egzaminu w postaci testu otwartego. Warunkiem zaliczenie wykładu jest uzyskanie z testu 51%. Zaliczenie ćwiczeń na podstawie oceny merytorycznej i formalnej prezentacji oraz dwóch kolokwiów.

**Egzamin:**

tak

**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 W19:**

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

Weryfikacja:

Pisemny egzamin testowy

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_W19

**Powiązane efekty obszarowe:** S1A\_W08

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt U22:**

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

Weryfikacja:

Pisemny egzamin testowy, przygotowanie wystąpienia

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_U22

**Powiązane efekty obszarowe:** S1A\_U02

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**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:

Pisemny egzamin testowy, pisemne kolokwium II

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_K02

**Powiązane efekty obszarowe:** S1A\_K02

**Efekt K10:**

Potrafi się odpowiednio zaprezentować i budować odpowiednie relacje z rozmówcami.

Weryfikacja:

Ocena z wystąpienia na zajęciach, przygotowanie autoprezentacji, kolokwium I.

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_K10

**Powiązane efekty obszarowe:** S1A\_K04