**Nazwa przedmiotu:**

Komunikacja w działalności gospodarczej

**Koordynator przedmiotu:**

dr / Marlena Piekut / adiunkt

**Status przedmiotu:**

Fakultatywny ograniczonego wyboru

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Mechanika i Budowa Maszyn

**Grupa przedmiotów:**

Obowiązkowe z możliwością wyboru

**Kod przedmiotu:**

WN1A\_09/02

**Semestr nominalny:**

1 / rok ak. 2015/2016

**Liczba punktów ECTS:**

1

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

Wykłady: liczba godzin według planu studiów - 10, zapoznanie z literaturą - 7,5, przygotowanie do kolokwium - 7,5, razem - 25; Razem 25

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

Wykłady: 10 h; Razem - 10 h = 0,4 ECTS

**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:  | 150h |
| Ćwiczenia:  | 0h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 0h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

-

**Limit liczby studentów:**

Wykład: min. 15

**Cel przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest uzyskanie przez studenta wiedzy na temat różnych form komunikowania się i uświadomienie roli, jaką komunikacja odgrywa w zarządzaniu. Celem przedmiotu jest także kształcenie umiejętności efektywnego komunikowania się interpersonalnego, organizacyjnego i międzykulturowego.

**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, werbalne, niewerbalne, pisemne; W4 - Techniki autoprezentacji, budowanie dobrych relacji z rozmówcami; W5 - Komunikowanie się marketingowe przedsiębiorstwa z otoczeniem: reklama, promocja osobista, promocja sprzedaży, public relations. Rola badań marketingowych; W6 - Wykorzystanie komunikacji w negocjacjach. Komunikowanie się międzykulturowe; W7 - Techniki grupowego komunikowania się w organizacji. Metody porozumiewania się w organizacji ukierunkowane na zwiększenie partycypacji pracowników i polepszenie przepływu informacji w organizacji; W8 - Techniczne narzędzia wspomagania procesu komunikowania się. System CRM jako narzędzie zarządzania informacjami.

**Metody oceny:**

Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest uzyskanie przez studenta pozytywnej oceny z dwóch pisemnych kolokwiów. Każde kolokwium będzie zawierało 5 pytań otwartych. Za każde pytanie można zdobyć maksymalnie 1 pkt. Warunkiem zaliczenia jednego kolokwium jest uzyskanie minimum 3 pkt. Punkty z dwóch kolokwiów będą sumowane. Ocena 5,0 - 10 pkt; 4,5 - 9 pkt; 4,0 - 8 pkt; 3,5 - 7 pkt; 3,0 - 6 pkt. Studenci, którzy nie uzyskają zaliczenia przedmiotu w trakcie semestru, mogą przystąpić do zaliczenia poprawkowego podczas sesji egzaminacyjnej.

**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.

**Witryna www przedmiotu:**

-

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Efekt W02\_02:**

Zna podstawowe pojęcia z dziedziny ekonomii; ma elementarną wiedzę dotyczącą prowadzenia działalności gospodarczej i znaczenia przepływu informacji w organizacji gospodarczej.

Weryfikacja:

Pisemne kolokwium (W1 - W8).

**Powiązane efekty kierunkowe:** M1A\_W02\_02

**Powiązane efekty obszarowe:** T1A\_W02

**Efekt W08\_01:**

Ma podstawową wiedzę dotyczącą technik i narzędzi komunikacji w organizacji gospodarczej.

Weryfikacja:

Pisemne kolokwium (W1 - W8).

**Powiązane efekty kierunkowe:** M1A\_W08\_01

**Powiązane efekty obszarowe:** T1A\_W08

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt U02\_01:**

Potrafi wykorzystać różne formy komunikowania się w różnorodnych środowiskach.

Weryfikacja:

Pisemne kolokwium (W1 - W8).

**Powiązane efekty kierunkowe:** M1A\_U02\_01

**Powiązane efekty obszarowe:** T1A\_U02

**Efekt U10\_02:**

Potrafi wykorzystać badania marketingowe do przygotowania strategii firmy oraz odbierać sygnały z rynku otoczenia.

Weryfikacja:

Pisemne kolokwium (W1 - W8).

**Powiązane efekty kierunkowe:** M1A\_U10\_02

**Powiązane efekty obszarowe:** T1A\_U10

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Efekt K01\_02:**

Ma świadomość konieczności poszerzania wiedzy i rozwijania umiejętności z zakresu komunikowania się interpersonalnego, grupowego i międzykulturowego.

Weryfikacja:

Pisemne kolokwium (W1 - W8).

**Powiązane efekty kierunkowe:** M1A\_K01\_02

**Powiązane efekty obszarowe:** T1A\_K01

**Efekt K03\_01:**

Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role w zależności od sytuacji i rodzaju współuczestników.

Weryfikacja:

Pisemne kolokwium (W3 - W4, W7).

**Powiązane efekty kierunkowe:** M1A\_K03\_01

**Powiązane efekty obszarowe:** T1A\_K03