**Nazwa przedmiotu:**

Komunikacja w działalności gospodarczej

**Koordynator przedmiotu:**

dr Mateusz Grodecki

**Status przedmiotu:**

Fakultatywny ograniczonego wyboru

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Ekonomia

**Grupa przedmiotów:**

Obieralne

**Kod przedmiotu:**

PK15/2

**Semestr nominalny:**

1 / rok ak. 2019/2020

**Liczba punktów ECTS:**

2

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

Udział w wykładach 30h
Praca własna: 20h
Sumaryczne obciążenie pracą studenta 50h

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

Liczba punktów ECTS według planu studiów ( wykłady + ćwiczenia) 1,2 ECTS
Inne formy kontaktu bezpośredniego ( egzaminy, konsultacje – 8 h oraz zaliczenia i egzaminy w dodatkowych terminach – 2 h - 0,4 ECTS
Łącznie: 1,6 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: | 30h |
| Ćwiczenia: | 0h |
| Laboratorium: | 0h |
| Projekt: | 0h |
| Lekcje komputerowe: | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Podstawy nauki o przedsiębiorstwie.

**Limit liczby studentów:**

Wykł. 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 - Zajęcia organizacyjno-wprowadzające; W2 - Po co organizacji efektywna komunikacja? – Społeczeństwo informacyjne; W3 - Definiowanie i rodzaje komunikacji w przedsiębiorstwie; W4 - Podstawy psychologii społecznej: przekonywanie; W5 - Podstawy psychologii społecznej: poznanie; W6 - Podstawy psychologii społecznej: sympatia i empatia; W7 - Odpowiednia organizacja środowiska w celu efektywnej współpracy – kapitał społeczny; W8- Podstawowe zasady efektywnego komunikatu; W9 - Prezentacja biznesowa: zasada odwróconego trójkąta; W10 - Komunikacja wiedzy: wizualizacja danych; W11 – Public relations; W12 - Badania marketingowe: jakościowe; W13 - Badania marketingowe: ilościowe; W14 - Kolokwium/test; W15 - Podsumowanie zajęć i wystawianie ocen.

**Metody oceny:**

Zaliczenie wykładu na podstawie egzaminu w postaci testu otwartego. Ocena na podstawie prezentacji biznesowej.

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Literatura podstawowa:
1. Potocki A., Winkler R., Żbikowska A. Techniki komunikacji w organizacjach gospodarczych. Difin, Warszawa 2003.
2. Aronson, E. Człowiek istota społeczna, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2002.
3. Luntz, F. Words that work, Nowy Jork/Boston: Hachette Books, 2008.
Literatura uzupełniająca:
1. Blythe J. 2002. Komunikacja marketingowa. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa;
2. James S. Coleman. Social capital in the creation of human capital. “American journal of sociology” 94, 1988, s. S95-S120.
3. Maison, D. Jakościowe metody badań marketingowych, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010.

**Witryna www przedmiotu:**

https://www.pw.plock.pl/Kolegium-NEiS

**Uwagi:**

brak

## Efekty przedmiotowe

### Profil praktyczny - wiedza

**Efekt W05:**

Ma wiedzę na temat roli i miejsca przedsiębiorcy jako podmiotu tworzącego właściwe struktury komunikacyjne w przedsiębiorstwie.

Weryfikacja:

Kolokwium

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_WO5

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_W05

**Efekt W11:**

Ma wiedzę na temat metod i technik komunikowania się jednostki gospodarczej z rynkiem.

Weryfikacja:

Kolokwium

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_W11

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_W11

**Efekt W13:**

Ma podstawową wiedzę z zakresu komunikowania się przedsiębiorstwa w międzynarodowym otoczeniu gospodarczym.

Weryfikacja:

Kolokwium

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_W13

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_W03

### Profil praktyczny - umiejętności

**Efekt U02:**

Potrafi praktycznie wykorzystać wiedzę teoretyczną do rozwiązania problemów związanych z komunikowaniem się w przedsiębiorstwie.

Weryfikacja:

Kolokwium

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_U02

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_U02, S1P\_U08

**Efekt U04:**

Potrafi wykorzystać wybrane metody i narzędzia do kształtowania właściwej relacji przedsiębiorstwa z otoczeniem.

Weryfikacja:

Kolokwium

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_U04

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_U04

**Efekt U08:**

Posiada umiejętność analizowania procesów komunikowania się w przedsiębiorstwie i ich oceny.

Weryfikacja:

Kolokwium

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_U08

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_U08

### Profil praktyczny - kompetencje społeczne

**Efekt K01:**

Ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności oraz rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia w zakresie komunikowania się z otoczeniem.

Weryfikacja:

Kolokwium

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_KO1

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_K01

**Efekt K07:**

Potrafi myśleć i działać w sposób zaangażowany oraz przedsiębiorczy przy rozwiązywaniu problemów z komunikowaniem się w przedsiębiorstwie.

Weryfikacja:

Kolokwium

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_KO7

**Powiązane efekty obszarowe:** S1P\_K07