

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2022/2023
FORMA STUDIÓW: STACJONARNA

INFORMACJE OGÓLNE

1. Nazwa przedmiotu Techniki aktywnej komunikacji w biznesie

2. Nazwa kierunku Rusycystyka

3. Poziom kształcenia studia pierwszego stopnia

4. Liczba punktów ECTS 1

5. Liczba godzin w semestrze

semestr	w	ćw	lab/lek	prj/zp	pws	prk
VI		15				

6. Język wykładowy język polski

7. Wykładowca mgr Emilia Łukaszuk

INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE

8. Wymagania wstępne

1. Brak

9. Cele przedmiotu

C1 omówienie procesu, środków i narzędzi komunikacji, a także twórczych sposobów wyrażania myśli, dzielenia się wiedzą, spostrzeżeniami;

C2 rozwijanie umiejętności wykorzystania wiedzy z przedmiotu w taki sposób, by budować, szukać rozwiązań, rozwiązywać potencjalne konflikty w działalności zawodowej.

10. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych

Student, który zaliczył przedmiot:	odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
------------------------------------	---

WIEDZA

EU01	zna i rozumie zasady komunikowania się w biznesie, a także zastosowania tej wiedzy w działalności zawodowej;	K_W09, K_W11
------	--	--------------

UMIEJĘTNOŚCI

EU03	potrafi w środowisku zawodowym rozwiązywać problemy i konflikty wykorzystując wiedzę z zakresu komunikacji interpersonalnej;	K_U09, K_U14
EU04	potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę na temat komunikacji interpersonalnej w pracy zespołowej, w tym w sferze działalności zawodowej;	K_U13, , K_U14

KOMPETENCJE SPOŁECZNE

EU05	jest gotów do krytycznej oceny poziomu swojej wiedzy oraz podejmowania działań na rzecz rozwoju osobistego i zawodowego;	K_K01, K_K04
EU06	jest gotów do bycia odpowiedzialnym za własną pracę zawodową i pełnione role zawodowe; w środowisku	K_K04

zawodowym postępuje w sposób etyczny, dbając o dorobek i tradycje zawodu.	
11. Treści programowe	
Forma zajęć – ćwiczenia	
Treści przedmiotu obejmują:	
1. Istota komunikacji. Cele i funkcje komunikacji.	
2. Proces komunikacji. Formy i środki komunikacji. Strategie komunikacji .	
3. Podział komunikacji: komunikacja formalna i nieformalna, werbalna i niewerbalna, wewnętrzna i zewnętrzna (werbalne i niewerbalne środki komunikacji i ich wykorzystanie).	
4. Identyfikacja stylu komunikowania się oraz potencjału komunikacyjnego (Testowanie stylów komunikacji. Wskazówki do wykorzystania stylów komunikacji oraz sposoby rozwoju potencjału komunikacyjnego).	
5. Wykorzystanie komunikacji (m.in.: budowanie relacji, praca zespołowa, kontakt z klientem, umiejętności społeczne w pracy menedżera , budowanie wizerunku osobistego/organizacji, rozwiązywanie konfliktów).	
6. Przyczyny nieskutecznej komunikacji.	
12. Narzędzia/metody dydaktyczne	
1. Metoda podająca i komentarze prowadzącego	
2. Ćwiczenia z prowadzenia rozmów kwalifikacyjnych z zastosowaniem case study	
3. Dyskusje, debaty, konwersacje	
13. Sposoby oceny (częstkowe, końcowe)	
1. Przygotowanie studenta do zajęć, w szczególności wykonanie ćwiczeń/zadań praktycznych	
2. Udział studenta w dyskusjach i ćwiczeniach	
3. Praca zaliczeniowa/test	
4. Zaliczenie z oceną	
14. Obciążenie pracą studenta	
Forma aktywności	liczba godzin
1. Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela oraz konsultacje	17
2. Nakład pracy studenta	8
suma	25
liczba punktów ECTS	1
15. Literatura	
Literatura podstawowa:	
1. Baney J., <i>Komunikacja Interpersonalna</i> , Warszawa 2009.	
2. Frydrychowicz S., <i>Komunikacja interpersonalna w zarządzaniu</i> , Poznań 2009	
3. Kwiatek P., <i>Komunikacja w relacjach business-to-business</i> , Poznań 2009	
4. Wiktor J.W., <i>Komunikacja marketingowa</i> , Warszawa 2013, ss. 92-126.	
Literatura uzupełniająca:	
1. Kaczmarczyk S., <i>Marketing w przedsiębiorstwie. Ujęcie systemowe i zarządcze</i> , Gdańsk 2005, ss. 253-324.	
2. Rydel M. (red.), <i>Komunikacja Marketingowa</i> , Gdańsk 2001.	
3. Olson S.R., <i>Komunikacja w organizacji i zarządzaniu</i> , Wrocław 1995.	
4. Stewart J. (red.), <i>Mosty zamiast murów. Podręcznik komunikacji interpersonalnej</i> , Warszawa 2006.	
5. Seidel F.P., <i>Public Relations w praktyce</i> , Warszawa 2003.	
6. Sujak E., <i>Abc psychologii komunikacji</i> , Warszawa 2006.	

16. Formy oceny – szczegóły
Warunki uzyskania zaliczenia przedmiotu: zajęcia kończą się zaliczeniem z oceną Aby zaliczyć przedmiot, bierze się pod uwagę następujące kryteria: – zadania cząstkowe – praca indywidualna – praca zaliczeniowa/ test Ocena stopnia osiągniętych przez studenta efektów uczenia się następuje wg poniższych kryteriów: 5.0 – zakładany efekt uczenia się został osiągnięty bez zastrzeżeń 4.5 – zakładany efekt uczenia się został osiągnięty z pojedynczymi brakami/błędami 4.0 – zakładany efekt uczenia się został osiągnięty z nielicznymi brakami/błędami 3.5 – zakładany efekt uczenia się został osiągnięty z wieloma brakami/błędami 3.0 – zakładany efekt kształcenia został osiągnięty z licznymi i istotnymi brakami/błędami (minimalnie wymagany poziom osiągnięcia efektu) 2.0 – zakładany efekt uczenia się nie został osiągnięty W przypadku kolokwii/testów stosuje się jednolite przedziały procentowe w ocenianiu 50%-65,5% - 3,0 66%-75,5% - 3,5 76%-83,5% - 4,0 84%-89,5% - 4,5 90%-100% - 5,0 Metody weryfikacji efektów uczenia się w powiązaniu z kategoriami wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych: (1) Wiedza: praca zaliczeniowa, obserwacja pracy studenta na zajęciach, bieżące przygotowanie do zajęć (2) Umiejętności: praca zaliczeniowa, udział w dyskusji związanej z omawianym zagadnieniem, wykonanie ćwiczeń/ zadań praktycznych (3) Kompetencje społeczne: obserwacja pracy studenta na zajęciach, bieżące przygotowanie do zajęć
17. Inne przydatne informacje o przedmiocie
1. Bezpośrednich informacji o problematyce zajęć i treściach programowych udziela prowadzący w trakcie zajęć i podczas konsultacji
2. Zajęcia odbywać się będą w ABNS w Białej Podlaskiej i/lub z wykorzystaniem platformy e-learningowej MS Teams
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem