

### 1.1.1 Komunikacja w biznesie

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
<b>KOMUNIKACJA W BIZNESIE</b>			<b>Kod przedmiotu: HiM_PS5</b>
<b>Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:</b>		<b>Wydział Zamiejscowy w Ostrowie Wielkopolskim Społecznej Akademii Nauk w Łodzi</b>	
<b>Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:</b>		Zarządzanie, studia I stopnia	
<b>Profil kształcenia:</b>		OGÓLNOAKADEMICKI	
<b>Nazwa specjalności:</b>		Handel i marketing	
<b>Język wykładowy:</b> polski	<b>Rodzaj modułu kształcenia:</b> (wskazać właściwe)	specjalnościowy, fakultatywny powiązany z prowadzonymi badaniami naukowymi	
<b>Rok: III</b>	<b>Semestr: V</b>	<b>ECTS: 3</b>	<b>Data aktualizacji sylabusu: maj 2015</b>
<b>ECTS (bezpośredni udział):</b>		<b>W tym ECTS za zajęcia aktywizujące:</b>	
<b>Stacjonarne: 1,5</b>	<b>Niestacjonarne: 1</b>	<b>Stacjonarne: 1,5</b>	<b>Niestacjonarne: 1</b>
<b>Wymagania wstępne w zakresie wiedzy oraz umiejętności:</b>		<p><b>Wiedza:</b> Znajomość zachowań społecznych, posiadanie wiedzy związanej ze specyfiką podstawowych zmian w społeczeństwie; posiadanie wiedzy elementarnej na temat podstawowych rodzajów systemów społecznych.</p> <p><b>Umiejętności:</b> Posiadanie elementarnych umiejętności dokonywania oceny wybranych rozwiązań i uczestniczenia w procesach podejmowania typowych decyzji, w tym grupowych, posiadanie elementarnych umiejętności przewidywania zachowań członków organizacji w typowych sytuacjach.</p> <p><b>Kompetencje społeczne:</b> Zdolność przekazywania i obrony własnych poglądów ,praca w zespole.</p>	
<b>Forma prowadzenia zajęć i metody dydaktyczne:</b>		<b>Konwersatorium:</b> dyskusja, pogadanka, praca w grupach.	
<b>Forma i kryteria zaliczania przedmiotu (wskazać właściwe):</b>		<p><b>Zaliczenie w formie:</b> Przedmiot kończy się zaliczeniem na ocenę w formie pisemnej (test wiedzy) oraz brana jest pod uwagę aktywność na zajęciach.</p> <p>Test wiedzy (otwarty). Kryteria oceny:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 51%-65% maksymalnej liczby punktów – ocena dostateczna,</li> <li>- 66%-80% maksymalnej liczby punktów – ocena dostateczna plus,</li> <li>- 81%-86% maksymalnej liczby punktów – ocena dobra,</li> <li>- 87%-94% maksymalnej liczby punktów – ocena dobra plus,</li> <li>- 95%-100% maksymalnej liczby punktów – ocena bardzo dobra.</li> </ul> <p>Kryteria oceny podsumowującej: 80% - wyniki z testu wiedzy, 20%- aktywność na zajęciach.</p>	
<b>Katedra (Zakład) odpowiedzialna za przedmiot:</b>		Katedra Zarządzania	
<b>Osoba koordynująca przedmiot:</b>		Dr Józef Pietrzak	
II. WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			

<b>Ogólna liczba godzin zajęć dydaktycznych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych z podziałem na formy:</b>			
<b>Studia stacjonarne</b>		<b>Studia niestacjonarne</b>	
Wykład:		Wykład:	
Ćwiczenia:		Ćwiczenia:	
Konwersatorium:	30	Konwersatorium:	18
Laboratorium:		Laboratorium:	
Ćwiczenia projektowe:		Ćwiczenia projektowe:	
Warsztaty:		Warsztaty:	
Seminarium:		Seminarium:	
Zajęcia terenowe:		Zajęcia terenowe:	
Praktyki:		Praktyki:	
Konsultacje przedmiotowe:		Konsultacje przedmiotowe:	
Egzaminy i zaliczenia w sesji	3	Egzaminy i zaliczenia w sesji	2
Inna forma (jaka):		Inna forma (jaka):	
<b>RAZEM:</b>	<b>33</b>	<b>RAZEM:</b>	<b>20</b>
Praca własna studenta (PWS):	42	Praca własna studenta (PWS):	55
<b>RAZEM z PWS:</b>	<b>75</b>	<b>RAZEM z PWS:</b>	<b>75</b>
<b>Sumaryczne obciążenie pracą studenta wg form aktywności:</b>			
<b>Forma aktywności:</b>		<b>Szacowana liczba godzin potrzebnych na zrealizowanie aktywności:</b>	
		<b>studia stacjonarne</b>	<b>studia niestacjonarne</b>
<b>Godziny realizowane w bezpośrednim kontakcie z nauczycielem akademickim:</b>		<b>33</b>	<b>20</b>
<b>Praca własna studenta / związana z prowadzonymi badaniami naukowymi:</b>		<b>42</b>	<b>55</b>
Przygotowanie się do zajęć		12	15
Przygotowanie esejów/prezentacji/referatów			
Wykonanie projektów			
Zapoznanie z literaturą podstawową		15	20
Pisemna praca zaliczeniowa			
Przygotowanie do egzaminu			
Przygotowanie do zaliczenia		15	20
<b>SUMA:</b>		<b>75</b>	<b>75</b>
<b>III. TREŚCI KSZTAŁCENIA</b>			
<b>Treści kształcenia (uszczegółowione, zaprezentowane z podziałem na poszczególne formy zajęć, opis szczegółowy poszczególnych bloków kształcenia):</b>			
<b>Konwersatorium</b>			
1.	Komunikacja w Biznesie - Istota komunikacji, Proces komunikacji, Bariery skutecznej komunikacji, Kanały komunikacji		
2.	Komunikacja w procesie zakupu i sprzedaży - Uwarunkowania komunikacji i negocjacji z nabywcą, Komunikacja w procesie zakupu, Komunikacja w procesie sprzedaży, Reguły psychologiczne w procesie zakupu i sprzedaży		
3.	Komunikacja Marketingowa -Elementy komunikacji marketingowej Komunikacja formalna, Komunikacja nieformalna		
4.	Komunikacja w Negocjacjach -Istota i elementy komunikacji w negocjacjach		
5.	Dopasowanie niewerbalne, Dopasowanie werbalne, Komunikacja niewerbalna, Komunikacja werbalna		
6.	Dominacja w negocjacjach		

7.	Autoprezentacja jako obszar komunikacji - Istota i taktyki autoprezentacji, Techniki wzbudzania sympatii, Zasady autoprezentacji, Znaczenie ubioru, w procesie komunikacji i negocjacji, Zasady ubioru mężczyzn w biznesie, Zasady ubioru kobiet w biznesie, Elementy komunikacji wykorzystywane przez poszukujących prac	
8.	Komunikacja w różnych kulturach świata - Podstawowe różnice w zachowaniach niewerbalnych podczas negocjacji, Polska, Rosja, Francja, Niemcy, Włochy, Holandia	
<b>IV. OBSZAROWE I KIERUNKOWE EFEKTY KSZTAŁCENIA</b>		
<b>Kod wg KEK:</b>	<b>Wiedza:</b>	<b>Kod KRK:</b>
K_W05	ma podstawową wiedzę na temat genezy nauk o zarządzaniu oraz ich rozwoju w kontekście rozwoju społeczno-gospodarczego i cywilizacyjnego	S1A_W09
K_W12	zna podstawowe ujęcia procesu i funkcji kierowania ludźmi w organizacji	S1A_W05
K_W13	zna pojęcie kultury organizacyjnej oraz możliwości jej oddziaływania na rozwój i sukces organizacji	S1A_W05
<b>Kod wg KEK:</b>	<b>Umiejętności:</b>	<b>Kod KRK:</b>
K_U01	posiada elementarne umiejętności obserwacji, opisu, analizy i interpretacji podstawowych zjawisk i procesów zachodzących w organizacji z wykorzystaniem podstawowych pojęć i ujęć teoretycznych	S1A_U01, S1A_U02
K_U02	potrafi zastosować wybrane elementy wiedzy teoretycznej w określonym obszarze funkcjonalnym organizacji i pełnić funkcje specjalisty w tym zakresie	S1A_U06
K_U19	posiada elementarne umiejętności przewidywania zachowań członków organizacji w typowych sytuacjach, analizy wybranych motywów tych zachowań oraz wpływania na nie w określonym zakresie	S1A_U08
<b>Kod wg KEK:</b>	<b>Kompetencje społeczne:</b>	<b>Kod KRK:</b>
K_K04	jest przygotowany do komunikowania się z ludźmi w miejscu pracy i poza nim oraz przekazywania swojej wiedzy przy użyciu różnych środków przekazu informacji	S1A_K02, S1A_K03
K_K05	posiada podstawowe kompetencje perswazji i negocjowania z nastawieniem na osiągnięcie wspólnych celów	S1A_K02, S1A_K03
<b>V. PRZEDMIOTOWE EFEKTY KSZTAŁCENIA WRAZ Z WERYFIKACJĄ EFEKTÓW KSZTAŁCENIA</b>		<b>Metoda (forma) weryfikacji</b>
<b>Wiedza:</b> Student posiada podstawową wiedzę na temat procesów komunikowania, analizy reklam, zasad sprzedaży w różnych kulturach.		Test wiedzy, wypowiedź ustna
<b>Umiejętności:</b> Student umie konstruować model komunikacji w biznesie.		Test wiedzy, zadanie praktyczne
<b>Kompetencje:</b> Student potrafi efektywnie komunikować się w środowisku.		Dyskusja, aktywność na zajęciach
<b>VI. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE</b>		
<b>Literatura podstawowa przedmiotu:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mruk H. (pod red.), Komunikowania się w marketingu, PWE, Warszawa 2004.</li> <li>- Rosa G., Komunikacja i negocjacje w biznesie, Warszawa 2008.</li> <li>- Watkins M., Sztuka negocjacji w biznesie, Helion, Kraków 2005.</li> </ul>		
<b>Literatura uzupełniająca przedmiotu:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blythe J., Komunikacja marketingowa, PWE, Warszawa 2002.</li> <li>- Rządca R.A., Negocjacje w interesach, PWE, Warszawa 2003.</li> </ul>		
<b>Inne materiały dydaktyczne:</b>		

