

Politechnika Krakowska im. Tadeusza Kościuszki

KARTA PRZEDMIOTU

Komunikacja w biznesie <i>nazwa przedmiotu</i>
Business communication <i>nazwa przedmiotu w języku angielskim</i>
<i>polski</i> <i>język wykładowy</i>
Przedmioty ogólne <i>kategoria przedmiotu/grupa zajęć</i>

Cykl kształcenia rozpoczynający się od: rok akademicki 2025/26, semestr.....

Jednostka organizacyjna: do ustalenia z opiekunem kierunku

Kierunek studiów: do ustalenia z opiekunem kierunku

Specjalność: do ustalenia z opiekunem kierunku

Profil studiów: do ustalenia z opiekunem kierunku

Poziom studiów: I stopień

Forma studiów: do ustalenia z opiekunem kierunku

Wymagania wstępne:

1. brak wymagań wstępnych

Cele przedmiotu:

1. Zapoznanie studentów z podstawowymi zasadami komunikacji interpersonalnej w warunkach współczesnego społeczeństwa opartego na pozyskiwaniu informacji i przepływie wiedzy.
2. Wykształcenie umiejętności analizy różnorodnych źródeł informacji i komunikowania się w różnych sytuacjach zawodowych.
3. Wykształcenie postawy otwartości na różne formy i techniki komunikacji.

Efekty uczenia się:

Kod efektu uczenia się	Opis efektu uczenia się	Kod kierunkowego efektu uczenia się
Wiedza Absolwent zna i rozumie:		
EW1	podstawowe pojęcia i zasady komunikacji społecznej wykorzystywane w różnych kontekstach zawodowych.	
Umiejętności Absolwent potrafi:		
EU1	zaplanować i przeprowadzić z wykorzystaniem poznanych metod i technik skuteczną komunikację w miejscu pracy oraz z otoczeniem biznesowym.	
Kompetencje społeczne Absolwent jest gotów do:		
EK1	efektywnego komunikowania się w różnych kontekstach zawodowych i społecznych.	

Forma zajęć, semestralna liczba godzin:

Semestr	Punkty ECTS	Forma zaliczenia (E/Z)	Wykłady (W)	Ćwiczenia (C)	Laboratoria (L)	Laboratoria komputerowe (LK)	Projekty (P)	Seminaria (S)	Praktyka zawodowa (PZ)
	1	Z		9					

E – egzamin; Z – zaliczenie

Treści programowe:

Lp.	Forma zajęć	Tematyka zajęć	Liczba godzin
1	C	Współczesne teorie komunikacji interpersonalnej, ich zasady, reguły i sposoby aplikacji. Psychologia komunikowania się.	1
2	C	Cele, cechy i modele skutecznej komunikacji. Rola nadawcy i odbiorcy w procesie komunikacji. Ćwiczenie technik efektywnej komunikacji w małej grupie. Opanowanie umiejętności aktywnego słuchania i analizy treści w procesach komunikacji interpersonalnej.	2
3	C	Komunikacja międzykulturowa, komunikacja w warunkach konfliktu i różnic społecznych.	2
4	C	Zastosowanie technik autoprezentacji zawodowej w typowych sytuacjach komunikacyjnych - symulacje indywidualne i zespołowe.	2
5	C	Techniki autoprezentacji społecznej i zawodowej. Budowanie wizerunku w sieciach społecznych.	1
6	C	Podstawowe zasady Public Relation w działalności biznesowej.	1

Praca własna studenta:

Lp.	Opis pracy własnej	Liczba godzin
1	przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	5
2	konsultacje przedmiotowe	3
3	przygotowanie raportu, projektu, prezentacji	8

Metody dydaktyczne:

Analiza przypadku, dyskusja, praca w grupach, projekt, ćwiczenia, prezentacja multimedialna

Metody i techniki kształcenia na odległość:

zajęcia są możliwe do prowadzenia z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.

Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się:

uczestnictwo w zajęciach ćwiczeniowych, projekt

Kryteria oceny:

1. Na ocenę 5,0 student wyjaśnia pojęcia i metody psychologii komunikacji oraz zasady efektywnej komunikacji w środowisku pracy.
2. Na ocenę 5,0 student potrafi zaprojektować i przeprowadzić efektywną komunikację w konkretnych sytuacjach biznesowych
3. Na ocenę 5,0 student jest świadomy konieczności efektywnego komunikowania się, aktywnego słuchania i budowania relacji w oparciu o dialog.

Literatura:

obowiązkowa:

1. Z. Necki, Komunikacja międzyludzka, Kraków, 2000, Antykwa
2. M. Leary, Wywieranie wrażenia na innych, Gdańsk, 2012, GWP
3. J. Stankiewicz, Komunikowanie się w organizacji, Wrocław, 1999, Rebis

zalecana/fakultatywna:

1. M. McKay i in., Sztuka skutecznego porozumiewania się, Gdańsk, 2001