

# SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

## Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Ekonomii				
Kierunek studiów:	Ekonomia				
Specjalno /Specjalizacja:	Ekonomika turystyki i hotelarstwa				
Nazwa zaj / grupy zaj :	Podstawy komunikowania				
Course / group of courses:	Communication Basics				
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WAE-EK-I-21/22Z-S-ETH				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	153983	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	3	Rodzaj zaj :		fakultatywny	
Rok studiów:	3	Semestr:		5	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
3	5		30	Zaliczenie z ocen	2
		W	15	Zaliczenie z ocen	1
Razem			45		3
Koordinator:	dr in . Wojciech Sroka				
Prowadz cy zaj cia:	dr Michał Pulit				
J zyk wykładowy:	semestr: 5 - j zyk polski				

## Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S – seminarium/ zaj cia seminaryjne, P - wiczenia praktyczne (w tym zaj cia wf), M - wiczenia specjalistyczne (medyczne/ kliniczne), LO – wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P – wiczenia projektowe, ZT – zaj cia terenowe, T - wiczenia terenowe na obozach programowych, SK - samokształcenie (i inne), PR - praktyka zawodowa

## Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
Znajomo podstawowych kategorii ekonomicznych			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	zna i rozumie istot i systemy komunikowania w ró nych strukturach organizacyjnych	EK1_W01	wypowied ustna
2	roznó nia poj cia i kategorie z zakresu komunikowania społecznego	EK1_W04	wypowied ustna
3	potrafi przygotowa wyst pienia pisemne i ustne w formie informacyjnej i perswazyjnej	EK1_U07, EK1_U08	wykonanie zadania, ocena aktywno ci
4	potrafi komunika si z otoczeniem zewn trznym (uwzgl dniaj c zachowania interesariuszy i innych członków) na tematy zwi zane z kierunkiem studiów	EK1_U10, EK1_U11	wykonanie zadania, ocena aktywno ci

5	jest wiadomy mo liwo ci wykorzystania swych umiej tno ci komunikacyjnych do wypelniania zobowi za społecznych, inicjowania dział na rzecz interesu publicznego i upowszechniania wzorców zachowania w rodowisku pracy;	EK1_K03	dyskusja, obserwacja zachowa
<b>Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)</b>			
metody praktyczne ( wiczenia praktyczne), metody podaj ce (wykład z wykorzystaniem prezentacji PP), metody problemowe (rozwi zywanie problemu z wykorzystaniem i systematyzowaniem wiedzy; metody aktywizuj ce: dyskusja zwi zana z wykładem; analiza przypadków)			
<b>Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si</b>			
<b>wiedza:</b> ocena wypowiedzi ustnej (sprawdzian wiedzy ustny) <b>umiej tno ci:</b> ocena aktywno ci (ocena aktywno ci na zaj ciach) ocena wykonania zadania (ocenaj wypowiedzi; umiej tno ci pracy w zespole przy wykonywaniu zadania grupowego oraz indywidualnego) <b>kompetencje społeczne:</b> ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji) obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod k tem kompetencji społecznych)			
<b>Warunki zaliczenia</b>			
Wykład: sprawdzian wiedzy ustny wiczenia: ocena aktywno ci studenta podczas zaj , ocena przygotowanych komunikatów informacyjnych oraz prezentacji sprzeda owych. Zasady ustalania ocen: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W,U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów.</li> <li>2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W,U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 51 - 60%.</li> <li>3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W,U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 61 - 70%.</li> <li>4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W,U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 71 - 80%.</li> <li>5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W,U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 81 - 90%.</li> <li>6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W,U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 91%.</li> </ol>			
<b>Tre ci programowe (opis skrócony)</b>			
Tre ci programowe przedmiotu pozwalaj studentowi poszerzy wiedz o zagadnieniach zwi zane z komunikacj społeczn ; dzi ki tej wiedzy student potrafi przygotowa prezentacj na zadany temat i zaprezentowa j w formie ustnej i pisemnej; przygotowa pytania do dyskusji i poprowadzi dyskusj w grupie; rozumie współczesne funkcje komunikacji w biznesie; potrafi tak e budowa wła ciwe relacje w grupie; słucha ze zrozumieniem racji innych; posiada umiej tno ci prowadzenia sporów u yciu argumentów.			
<b>Content of the study programme (short version)</b>			
The contents of subject allow the student to expand knowledge of issues related to social communication; with this knowledge the student is able to prepare a presentation on a given topic and to present it in oral and written form; to prepare questions for debate and discussion in the group; understand modern business communications; he can also build a proper relationship in the group; to listen with understanding the opinion of the others; have the skills to conduct disputes using arguments.			
<b>Tre ci programowe</b>			
			Liczba godzin
Semestr: 5			
Forma zaj : <b>wykład</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Istota i elementy procesu komunikacji.</li> <li>2. Kanały przekazu. Szumy komunikacyjne.</li> <li>3. Otoczenie komunikacji w organizacjach o charterze podmiotów gospodarczych.</li> <li>4. Komunikowanie informacyjne i perswazyjne.</li> <li>5. Umiej tno słuchania.</li> <li>6. Komunikacja niewerbalna.</li> <li>7. Przeciwno ci w efektywnej komunikacji. Bariery j zykowe.</li> <li>8. Nieuzasadniona krytyka. Filtrowanie. Wybiórcze postrzeganie.</li> <li>9. Maneger a kierownik. Role i zadania.</li> <li>10. Skuteczne komunikowanie - metody przygotowywania skutecznych komunikatów w organizacji.</li> <li>11. Style komunikowania w zale no ci od płci.</li> <li>12. Bariery indywidualne i organizacyjne. Sposoby ich niwelowania.</li> <li>13. Asertywno i jej wpływ na skuteczno komunikacji.</li> </ol>			15

14. Autoprezentacja i sterowanie wizerunkiem. 15. Konflikty i ich rozwiązywanie w organizacji. Negocjacje biznesowe.	15
Forma zajęć : <b>wiczenia audytoryjne</b>	
<p>Część I</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Autoprezentacja. wiczenie indywidualne.</li> <li>2. Budowanie zrozumiałych komunikatów. Case study.</li> <li>3. Aktywne słuchanie - trening umiejętności słuchania.</li> <li>4. Rozumienie komunikatów - trening parafrazowania.</li> <li>5. Praca w grupie - trening umiejętności budowania konsensusu.</li> <li>6. Kontakt z klientem - elementy współpracy.</li> <li>7. Trening komunikacji niewerbalnej.</li> <li>8. Trening umiejętności zadawania pytań.</li> <li>9. Sprzeciw i krytyka - trening umiejętności odpowiedzi.</li> <li>10. Konflikty trening umiejętności radzenia sobie z konfliktem.</li> <li>11. Praca w grupie - odgrywanie ról.</li> <li>12. Przemówienie perswazyjne - budowanie ram przemówienia.</li> </ol> <p>Część II</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Komunikaty informacyjne - zasady projektowania.</li> <li>2. Przygotowanie komunikatów informacyjnych. Praca w grupach. Przygotowanie prezentacji oraz ich przedstawianie</li> <li>3. Zasady budowania prezentacji sprzedażowej.</li> <li>4. Prezentacje biznesowe – sprzedażowe. Praca w grupach. Przygotowanie prezentacji oraz ich przedstawianie</li> <li>5. Gry symulacyjne kształtujące wiadomości na temat różnych aspektów komunikacji werbalnej i niewerbalnej</li> </ol>	30
<b>Literatura</b>	
Podstawowa	
Golka M. (2008) Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (de)informacyjne, Warszawa, PWN.,	
Leary M. (2007) Wywieranie wrażenia na innych. Warszawa, Wydawnictwo GWP.,	
Stewart J. (2009) Mosty zamiast murów, Warszawa, PWN.,	
Uzupełniająca	
Jabłonowska L., Wachowiak P., Winch S. (red.), Prezentacja profesjonalna, Difin, Warszawa 2008	
Nacki Z., Komunikacja międzyludzka, PSB, Kraków 1996	
Sztuka E., Sztuka występowania, Poltex, Warszawa 2005	

#### Dane jakościowe

Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	nauki o zarządzaniu i jakości
<b>Sposób określania liczby punktów ECTS</b>	
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]
Udział w zajęciach	45
Konsultacje z prowadzącym	1
Udział w egzaminie	0
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne	1
Przygotowanie do laboratorium, wicze, zajęć	22
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	20

Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	0	
Inne	1	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	90	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	3	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	47	1,6
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	60	2,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.