



OPIS PRZEDMIOTU

KIERUNEK	Zarządzanie
SPECJALNOŚĆ	Handel i usługi
TRYB STUDIÓW	Stacjonarny / niestacjonarny
SEMESTR	4

Nazwa przedmiotu	Komunikacja w handlu i usługach
Wymiar godzinowy poszczególnych form zajęć	Studia stacjonarne – 30 Studia niestacjonarne - 18
• wykłady	Studia stacjonarne – 10 Studia niestacjonarne – 8
• inne formy	Studia stacjonarne – 20 Studia niestacjonarne – 10

Cele kształcenia:	<ul style="list-style-type: none">– Zapoznanie studentów z procesami i zasadami komunikacji werbalnej w biznesie– Zaznajomienie studentów z teorią i praktyką komunikacji niewerbalnej– Uświadomienie studentom zasad komunikacji wewnętrznej w przedsiębiorstwach oraz różnic międzykulturowych w ich oddziałach międzynarodowych– Nabycie przez studentów praktycznych umiejętności komunikacji międzyludzkiej w kontaktach biznesowych
--------------------------	--

Efekty kształcenia dla przedmiotu		Odniesienie efektów kształcenia dla programu	Odniesienie do efektów kształcenia dla obszaru
Numer	Efekty kształcenia, student/ka, który/a zaliczył/a przedmiot, potrafi:		
EK_W01	określić istotę oraz elementy skutecznego procesu komunikowania się w biznesie, wymienić narzędzia komunikacji wewnętrznej w przedsiębiorstwie oraz wskazać na znaczenie różnic kulturowych w komunikacji międzynarodowej	K_W13	P6S_WK
EK_U02	przewodzić dyskusję wykorzystując zasady skutecznej argumentacji, w tym podczas trudnych sytuacji w komunikacji z klientem (lub kontrahentem lub pracownikami)	K_U12	P6S_UK
EK_U03	określić i zastosować zasady korespondencji pisemnej w komunikowaniu się w biznesie oraz prowadzenia rozmów telefonicznych	K_U14	P6S_UO
EK_U04	przygotować wystąpienie publiczne – indywidualne lub zespołowe – wykorzystując normy procesu komunikacji werbalnej i niewerbalnej	K_U02 K_U08	P6S_UW
EK_K05	omówić techniki wywierania wpływu na ludzi oraz zasady i znaczenie asertywności w komunikacji w biznesie	K_K04 K_K07 K_K09	P6S_KO P6S_KR

Numer treści	Treści kształcenia / programowe	Odniesienie do efektów kształcenia dla przedmiotu
	Wykłady/Ćwiczenia	
T_01	Komunikowanie się – istota i znaczenie. Formy i rodzaje. Proces skutecznej komunikacji, a jej bariery. Nowe trendy w komunikacji.	EK_W01
T_02	Komunikacja werbalna. Wystąpienia publiczne – planowanie, przygotowanie. Prezentacja – organizacja wystąpienia, materiały wspomagające, zachowanie podczas wystąpienia. Prezentacje zespołowe	EK_K04
T_03	Prowadzenie dyskusji. Rodzaje pytań i sposoby ich zadawania. Udzielanie odpowiedzi na pytania - zasady skutecznej argumentacji. Skuteczne słuchanie.	EK_K04 EK_U02
T_04	Trudne sytuacje w komunikowaniu się z klientem	EK_U02
T_05	Komunikacja pisemna – zasady korespondencji w biznesie. Korespondencja elektroniczna. Grafika komputerowa. Komunikacja w multimedialnych. Prezentacja multimedialna	EK_U03
T_06	Rozmowy telefoniczne w biznesie. Tele- i video-konferencje.	EK_U02 EK_U03
T_07	Komunikacja niewerbalna. Mowa ciała	EK_K04 EK_K05
T_08	Wizerunek zawodowy i prywatny - jego znaczenie w biznesie. Zasady savoir-vivre.	EK_W01 EK_K04 EK_U02
T_09	Asertywność w komunikacji	EK_K04 EK_U02 EK_K05
T_10	Techniki wywierania wpływu na ludzi. Aspekty etyczne	EK_U02 EK_K05
T_11	Narzędzia komunikacji wewnętrznej w przedsiębiorstwie	EK_W01 EK_U03
T_12	Komunikacja międzynarodowa a różnice kulturowe	EK_W01 EK_U03

Metody i formy prowadzenia zajęć	Treści kształcenia i programowe
Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień	
Wykład konwersatoryjny	T_01 – T_12
Wykład problemowy	
Wykład informacyjny	
Dyskusja	
Praca z tekstem	
Metoda analizy przypadków	
Uczenie problemowe (Problem-based learning)	
Gra dydaktyczna/symulacyjna	
Metoda ćwiczeniowa	
Metoda warsztatowa	T_01 – T_12

Metoda projektu	
Prezentacja multimedialna	
Demonstracje dźwiękowe i/lub video	
Metody aktywizujące (np.: „burza mózgów”, technika analizy SWOT, technika drzewka decyzyjnego, metoda „kuli śniegowej”, konstruowanie „map myśli”)	
Inne (jakie?) - ...	
...	

Kryteria oceny w odniesieniu do poszczególnych efektów kształcenia				
Efekt kształcenia	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
EK_W01	Student/ka nie zna żadnych podstaw procesu komunikacji w biznesie - nie potrafi określić istoty oraz wymienić elementów skutecznego procesu komunikowania się w biznesie	Student/ka potrafi określić istotę oraz elementy skutecznego procesu komunikowania się w biznesie	Student/ka nie tylko potrafi określić istotę oraz elementy skutecznego procesu komunikowania się w biznesie, ale również wymienić narzędzia komunikacji wewnętrznej w przedsiębiorstwie	Student/ka nie tylko potrafi określić istotę oraz elementy skutecznego procesu komunikowania się w biznesie, ale również wymienić narzędzia komunikacji wewnętrznej w przedsiębiorstwie oraz opisać różnice kulturowe w komunikacji międzynarodowej
EK_U02	Student/ka nie zna zasad Przygotowania wystąpienia publicznego – ani indywidualnego ani zespołowego. Nie zna zasad procesu komunikacji werbalnej i niewerbalnej	Student/ka zna zasady i potrafi przygotować wystąpienie publiczne – indywidualne lub zespołowe – wykorzystując podstawowe zasady procesu komunikacji werbalnej i niewerbalnej	Student/ka zna zasady i potrafi przygotować wystąpienie publiczne – indywidualne i zespołowe – wykorzystując podstawowe normy procesu komunikacji werbalnej i niewerbalnej	Student/ka zna szczegółowe zasady procesu komunikacji werbalnej i niewerbalnej oraz potrafi w oparciu o nie przygotować wystąpienie publiczne – indywidualne oraz zespołowe
EK_U03	Student/ka nie zna zasad prowadzenia dyskusji wykorzystującej skuteczną argumentację, w tym podczas procesu komunikacji w trudnych sytuacjach z klientem (kontrahentem lub pracownikami)	Student/ka zna zasady prowadzenia dyskusji wykorzystującej skuteczną argumentację, w tym podczas procesu komunikacji w trudnych sytuacjach z klientem (kontrahentem lub pracownikami)	Student/ka nie tylko zna zasady prowadzenia dyskusji w procesach komunikacji w biznesie, ale potrafi prowadzić taką dyskusję wykorzystując zasady skutecznej argumentacji	Student/ka nie tylko zna zasady prowadzenia dyskusji w procesach komunikacji w biznesie, ale potrafi prowadzić taką dyskusję wykorzystując zasady skutecznej argumentacji, w tym podczas trudnych sytuacji w komunikacji z klientem (lub kontrahentem lub pracownikami)
EK_U04	Student/ka nie potrafi określić i zastosować zasad korespondencji pisemnej w komunikowaniu się w biznesie oraz prowadzenia rozmów telefonicznych	Student/ka potrafi określić i zastosować podstawowe zasady korespondencji pisemnej w komunikowaniu się w biznesie oraz prowadzenia rozmów telefonicznych	Student/ka potrafi określić i zastosować podstawowe zasady korespondencji pisemnej, w tym także elektronicznej, w komunikowaniu się w biznesie oraz prowadzenia rozmów telefonicznych.	Student/ka zna szczegółowe zasady korespondencji pisemnej w komunikowaniu się w biznesie, w tym korespondencji elektronicznej oraz prowadzenia rozmów telefonicznych
EK_K05	Student/ka nie potrafi omówić technik wywierania wpływu na ludzi oraz zasady i znaczenie asertywności w komunikacji w biznesie	Student/ka w podstawowym stopniu potrafi omówić techniki wywierania wpływu na ludzi oraz zasady i znaczenie asertywności w komunikacji w biznesie	Student/ka w należyтым stopniu potrafi omówić techniki wywierania wpływu na ludzi oraz zasady i znaczenie asertywności w komunikacji w biznesie	Student/ka w pełni zna techniki wywierania wpływu na ludzi oraz zasady i znaczenie asertywności w komunikacji w biznesie

Weryfikacja efektów kształcenia	Symbole EK dla modułu zajęć/przedmiotu				
	W01	W02	U03	U04	K05
Egzamin pisemny					
Egzamin ustny					
Zaliczenie pisemne					
Zaliczenie ustne	X	X	X	X	X
Kolokwium pisemne					
Kolokwium ustne	X	X	X	X	X
Test					
Projekt					
Praca pisemna					
Raport					
Prezentacja multimedialna					
Praca podczas ćwiczeń					
Inne (jakie?) -					

Wymiar godzinowy zajęć i pracy studenta	Stacjonarne	Niestacjonarne
1. Wykłady (wspólny udział nauczycieli akademickich i studentów)	10	8
2. Inne formy (wspólny udział nauczycieli akademickich i studentów)	20	10
3. Konsultacje z nauczycielem	-	-
Razem 1+2+3	30	18
4. Praktyki (realizowane samodzielnie przez studentów)	—	—
5. Praca własna studenta (w tym prace domowe i projektowe, przygotowanie się do zaliczenia/egzaminu)	20	32
Razem 4+5	20	32
SUMA 1+2+3+4+5	50	50
Łącznie punktów ECTS wg planu studiów	2	

Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Blythe J., Komunikacja marketingowa, PWE, Warszawa 2002 2. Pease A. i B., Mowa ciała, Rebis, Poznań 2008 3. Stone M., Bond A., Blade E., Marketing bezpośredni i interaktywny, PWE, Warszawa 2007 4. Komunikacja marketingowa, red. M. Rydel, ODDK, Gdańsk 2001 5. Oczkoś M., Sztuka poprawnej wymowy, czyli o bełkotaniu i fałunieniu, Wydawnictwo RM, Warszawa 2007
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> 6. Cialdini R., Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 1998 7. Kotler P., Armstrong G., Saunders J., Wong V., Marketing. Podręcznik europejski, PWE, Warszawa 2002 8. Leary M., Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 1999 9. Pankiewicz K., Alchemia sprzedaży, Helion, Gliwice 2007