

Opis przedmiotu

Kod przedmiotu	WS1A_09/02		
Nazwa przedmiotu	Komunikacja w działalności gospodarczej		
Wersja przedmiotu	1		
A. Usytuowanie przedmiotu w systemie studiów			
Poziom kształcenia	Studia I stopnia		
Forma i tryb prowadzenia studiów	Stacjonarne		
Kierunek studiów	Mechanika i Budowa Maszyn		
Profil studiów	Profil ogólnoakademicki		
Specjalność	-		
Jednostka prowadząca	Wydział Budownictwa, Mechaniki i Petrochemii w Płocku		
Jednostka realizująca	KNEiS, Zespół Nauk Ekonomiczno-Społecznych		
Koordinator przedmiotu	dr / Marlena Piekut / adiunkt		
B. Ogólna charakterystyka przedmiotu			
Blok przedmiotów	HES		
Grupa przedmiotów	Obowiązkowe z możliwością wyboru		
Status przedmiotu	Fakultatywny dowolnego wyboru		
Język prowadzenia zajęć	polski		
Semestr nominalny	1 (r.a. 2013/2014)		
Usytuowanie realizacji w roku akademickim	semestr zimowy		
Wymagania wstępne	-		
Limit liczby studentów	Wykład: min. 15		
C. Efekty kształcenia i sposób prowadzenia zajęć			
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest uzyskanie przez studenta wiedzy na temat różnych form komunikowania się i uświadomienie roli, jaką komunikacja odgrywa w zarządzaniu. Celem przedmiotu jest także kształcenie umiejętności efektywnego komunikowania się interpersonalnego, organizacyjnego i międzykulturowego.		
Efekty kształcenia	Patrz tabela 1.		
Formy zajęć i ich wymiar	Wykład	1	
	Ćwiczenia	0	
	Laboratorium	0	
	Projekt	0	
Treści kształcenia	W1 - Istota i proces komunikowania się. Elementy i cechy procesu komunikowania się; W2 - Wymiary komunikowania się i sieci komunikacji; W3 - Formy komunikowania się: symetryczne, niesymetryczne, jednokierunkowe, dwukierunkowe, formalne, nieformalne, obronne, podtrzymujące; W4 - Komunikowanie się werbalne; W5 - Komunikowanie się niewerbalne; W6 - Komunikowanie się pisemne; W7 - Techniki autoprezentacji, budowanie dobrych relacji z rozmówcami; W8 - Komunikowanie się marketingowe przedsiębiorstwa z otoczeniem: reklama, promocja osobista, promocja sprzedaży, public relations; W9 - Badania marketingowe jako		

Opis przedmiotu

	element komunikowania się przedsiębiorstwa z rynkiem; W10 - Wykorzystanie komunikacji w negocjacjach. Komunikowanie się międzykulturowe; W11 - Techniki grupowego komunikowania się w organizacji; W12 - Metody porozumiewania się w organizacji ukierunkowane na zwiększenie partycypacji pracowników oraz polepszenie przepływu informacji w organizacji; W13 - Techniczne narzędzia wspomagania procesu komunikowania się. System CRM jako narzędzie zarządzania informacjami w celu poprawy komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej przedsiębiorstwa.
Metody oceny	Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest uzyskanie przez studenta pozytywnej oceny z dwóch pisemnych kolokwium. Każde kolokwium będzie zawierało 5 pytań otwartych. Za każde pytanie można zdobyć maksymalnie 1 pkt. Warunkiem zaliczenia jednego kolokwium jest uzyskanie minimum 3 pkt. Punkty z dwóch kolokwium będą sumowane. Ocena 5,0 - 10 pkt; 4,5 - 9 pkt; 4,0 - 8 pkt; 3,5 - 7 pkt; 3,0 - 6 pkt. Studenci, którzy nie uzyskają zaliczenia przedmiotu w trakcie semestru, mogą przystąpić do zaliczenia poprawkowego podczas sesji egzaminacyjnej.
Metody sprawdzania efektów kształcenia	Patrz tabela 1.
Egzamin	nie
Literatura	1. Potocki A., Winkler R., Żbikowska A.: Techniki komunikacji w organizacjach gospodarczych, Difin, Warszawa 2003; 2. Stankiewicz J.: Komunikowanie się w organizacji, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 2006.
Witryna www przedmiotu	-
D. Nakład pracy studenta	
Liczba punktów ECTS	1
Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów kształcenia	Wykłady: liczba godzin według planu studiów - 15, zapoznanie z literaturą - 5, przygotowanie do kolokwium - 5, razem - 25; Razem - 25
E. Informacje dodatkowe	
Uwagi	Program studiów opracowany na podstawie programu nauczania zmodyfikowanego w ramach Zadania 38 Programu Rozwojowego Politechniki Warszawskiej.
Data ostatniej aktualizacji	2013-11-15 12:59:15

Tabela 1. Efekty przedmiotowe

Profil ogólnoakademicki - wiedza

Efekt:	Zna podstawowe pojęcia z dziedziny ekonomii; ma elementarną wiedzę dotyczącą prowadzenia działalności gospodarczej i znaczenia przepływu informacji w organizacji gospodarczej.
--------	---

Tabela 1. Efekty przedmiotowe	
Kod:	W02_02
Weryfikacja:	Pisemne kolokwium (W1 - W13)
Powiązane efekty kierunkowe	M1A_W02_02
Powiązane efekty obszarowe	T1A_W02
Efekt:	Ma podstawową wiedzę dotyczącą technik i narzędzi komunikacji w organizacji gospodarczej.
Kod:	W08_01
Weryfikacja:	Pisemne kolokwium (W1 - W13)
Powiązane efekty kierunkowe	M1A_W08_01
Powiązane efekty obszarowe	T1A_W08
Profil ogólnoakademicki - umiejętności	
Efekt:	Potrafi wykorzystać różne formy komunikowania się w różnorodnych środowiskach.
Kod:	U02_01
Weryfikacja:	Pisemne kolokwium (W1 - W13)
Powiązane efekty kierunkowe	M1A_U02_01
Powiązane efekty obszarowe	T1A_U02
Efekt:	Potrafi wykorzystać badania marketingowe do przygotowania strategii firmy oraz odbierać sygnały z rynku otoczenia.
Kod:	U10_02
Weryfikacja:	Pisemne kolokwium (W1 - W13)
Powiązane efekty kierunkowe	M1A_U10_02
Powiązane efekty obszarowe	T1A_U10
Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne	
Efekt:	Ma świadomość konieczności poszerzania wiedzy i rozwijania umiejętności z zakresu komunikowania się interpersonalnego, grupowego i międzykulturowego.
Kod:	K01_02
Weryfikacja:	Pisemne kolokwium (W1 - W13)
Powiązane efekty kierunkowe	M1A_K01_02
Powiązane efekty obszarowe	T1A_K01
Efekt:	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role w zależności od sytuacji i rodzaju współuczestników.
Kod:	K03_01
Weryfikacja:	Pisemne kolokwium (W7, W10 - W12)
Powiązane efekty kierunkowe	M1A_K03_01
Powiązane efekty obszarowe	T1A_K03