



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Kultura organizacyjna i komunikacyjna [S2MiBP1E-PE>KOiK]

Przedmiot

Kierunek studiów

Mechanika i budowa pojazdów/Mechanical and Automotive Engineering

Rok/Semestr

2/3

Studia w zakresie (specjalność)

Inżynieria produktu

Profil studiów

ogólnoakademicki

Poziom studiów

drugiego stopnia

Język oferowanego przedmiotu

angielski

Forma studiów

stacjonarne

Wymagalność

obligatoryjny

Liczba godzin

Wykład

30

Laboratorium

0

Inne (np. online)

0

Ćwiczenia

0

Projekty/seminaria

0

Liczba punktów ECTS

2,00

Koordynatorzy

prof. dr hab. inż. Zbigniew Kłos

zbigniew.klos@put.poznan.pl

Wykładowcy

Wymagania wstępne

WIEDZA: Student ma podstawową wiedzę na temat zarządzania organizacjami oraz zagadnień związanych z innowacyjnością i jakością. UMIEJĘTNOŚCI: Student posiada umiejętność dostrzegania i kojarzenia zjawisk zachodzących w zarządzaniu organizacjami rynkowymi oraz potrafi je interpretować, wyciągać wnioski i formułować opinie. KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Student ma świadomość wagi i rozumie skutki podejmowania działań rynkowych, wrażliwych na jakość i innowacje.

Cel przedmiotu

Przekazanie studentom wiedzy o podstawowych zagadnieniach związanych z kategorią kultury korporacyjnej i komunikacją wewnątrz i na zewnątrz organizacji oraz wiedzy o uwarunkowaniach wdrażania kultury korporacyjnej.

Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza

Ma ogólną wiedzę na temat normalizacji, zaleceń i dyrektyw UE, krajowych, przemysłowych i międzynarodowych systemów norm i norm przemysłowych.

Ma podstawową wiedzę na temat systemów zarządzania jakością.
Ma pogłębioną wiedzę z zakresu przedsiębiorczości i ekonomii biznesu.

Umiejętności

Potrafi prowadzić debatę.

Potrafi napisać opracowanie techniczno-naukowe w języku obcym na podstawie literatury i innych źródeł informacji, w tym internetowych, oraz wygłosić referat.

Potrafi samodzielnie zaplanować i wdrożyć własną naukę przez całe życie oraz kierować innymi w tym zakresie.

Kompetencje społeczne

Jest gotowy do wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działań na rzecz otoczenia społecznego.

Jest skłonny myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy.

Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, uwzględniając zmieniające się potrzeby społeczne, w tym:

- rozwijanie osiągnięć zawodowych,
- zachowanie etosu zawodu,
- przestrzeganie i rozwijanie zasad etyki zawodowej oraz działanie na rzecz ich przestrzegania.

Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

Przygotowanie i prezentacja przypadku kultury korporacyjnej

Treści programowe

Definicja pojęcia „kultura korporacyjna” i „komunikacja”. Podstawowe elementy kultury korporacyjnej. Podstawy kultury korporacyjnej. Główne fazy kształtowania kultury korporacyjnej. Prezentacja i analiza wpływu osobowości (właścicieli, prezesów i / lub dyrektorów) na proces kształtowania kultury korporacyjnej w znanych organizacjach. Główni aktorzy kształtujący kulturę korporacyjną. Komunikacja werbalna i niewerbalna. Komunikacja wewnętrzna. Komunikacja z klientami i dostawcami. Opracowanie przypadku. Korzyści z dojrzałej kultury korporacyjnej.

Tematyka zajęć

brak

Metody dydaktyczne

Wykład: prezentacja multimedialna, ilustrowana przykładami na tablicy

Literatura

1. G. O'Donovan, The Corporate culture handbook. How to plan, implement and measure a successful culture change programme, The Liffey Press London 2006
2. Th. G. Cummings, Ch. G. Worley, Organization development and change, 8th ed., Thomson, South-Western 2005
3. Black, R. J. Organisational Culture: Creating the influence needed for strategic success, London 2003

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	50	2,00
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	30	1,00
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do zajęć laboratoryjnych/ćwiczeń, przygotowanie do kolokwium/egzaminu, wykonanie projektu)	20	1,00