



## KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Komunikacja w biznesie [S2ETI2>KwB]

### Przedmiot

Kierunek studiów

Edukacja techniczno-informatyczna

Rok/Semestr

2/3

Studia w zakresie (specjalność)

–

Profil studiów

ogólnoakademicki

Poziom studiów

drugiego stopnia

Język oferowanego przedmiotu

polski

Forma studiów

stacjonarne

Wymagalność

obieralny

### Liczba godzin

Wykład

15

Laboratorium

0

Inne

0

Ćwiczenia

15

Projekty/seminaria

0

### Liczba punktów ECTS

2,00

### Koordynatorzy

dr Ewa Badzińska

ewa.badzinska@put.poznan.pl

### Wykładowcy

### Wymagania wstępne

Student jest gotowy do rozwijania swoich kompetencji interpersonalnych i komunikacyjnych w kontekście zawodowym i organizacyjnym. Posiada podstawową wiedzę o funkcjonowaniu organizacji oraz o roli komunikacji w środowisku pracy. Wykazuje otwartość na współpracę, refleksję nad własnym stylem komunikowania się i doskonalenie umiejętności interpersonalnych niezbędnych w kontaktach biznesowych.

### Cel przedmiotu

Celem przedmiotu „Komunikacja w biznesie” jest wyposażenie studenta w niezbędną wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie efektywnego komunikowania się w środowisku zawodowym i organizacyjnym. Student zdobywa umiejętność rozumienia procesów komunikacji interpersonalnej, zespołowej i organizacyjnej, a także doskonali zdolności autoprezentacji, prowadzenia wystąpień publicznych i stosowania zasad komunikacji werbalnej oraz niewerbalnej w relacjach biznesowych.

### Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza:

1. Ma uporządkowaną wiedzę na temat istoty, funkcji i znaczenia komunikacji w organizacjach i środowisku biznesowym, zna podstawowe modele i bariery komunikacji interpersonalnej i grupowej.

2. Zna zasady efektywnego komunikowania się w zespołach zadaniowych, organizacjach oraz podczas wystąpień publicznych w kontekście zawodowym
3. Zna zasady komunikacji werbalnej, niewerbalnej i medialnej, w tym znaczenie wizerunku i etyki w kontaktach biznesowych

#### Umiejętności:

1. Potrafi skutecznie komunikować się w środowisku zawodowym, dobierając odpowiednie formy i style wypowiedzi do kontekstu sytuacyjnego i kulturowego
2. Potrafi przygotować i zaprezentować informacje w sposób zrozumiały, logiczny i przekonujący, wykorzystując techniki komunikacji i autoprezentacji
3. Potrafi rozpoznawać i eliminować bariery komunikacyjne w relacjach interpersonalnych i zespołowych
4. Potrafi posługiwać się narzędziami informacyjno-komunikacyjnymi wspierającymi proces wymiany informacji w środowisku organizacyjnym

#### Kompetencje społeczne:

1. Jest gotowy do budowania pozytywnych relacji w miejscu pracy, respektowania zasad komunikacji etycznej i współpracy zespołowej
2. Jest przygotowany do krytycznej oceny własnych zachowań komunikacyjnych i otwarty na doskonalenie umiejętności interpersonalnych w środowisku zawodowym
3. Jest gotowy do odpowiedzialnego działania w relacjach zawodowych i społecznych, z poszanowaniem zasad etyki zawodowej

### Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

#### Wykład

##### Ocena formułująca (bieżąca):

Dokonywana w trakcie zajęć poprzez aktywny udział w dyskusjach, odpowiedzi na pytania problemowe oraz krótkie zadania sprawdzające zrozumienie omawianych zagadnień.

Ocenie podlega zaangażowanie, umiejętność logicznego argumentowania oraz odniesienia teorii do praktyki komunikacyjnej.

##### Ocena podsumowująca (końcowa):

Realizowana w formie kolokwium pisemnego lub testu zaliczeniowego obejmującego wiedzę teoretyczną z zakresu komunikacji w biznesie, modeli i barier komunikacji, zasad autoprezentacji i etyki komunikacji zawodowej.

#### Ćwiczenia

##### Ocena formułująca (bieżąca):

Prowadzona na podstawie obserwacji pracy zespołowej, zaangażowania w realizację zadań projektowych oraz aktywności podczas symulacji i warsztatów.

Ocenie podlega umiejętność komunikowania się w grupie, konstruktywnego reagowania na informację zwrotną i stosowania zasad komunikacji interpersonalnej.

##### Ocena podsumowująca (końcowa):

Obejmuje ocenę opracowanego projektu komunikacyjnego oraz jego prezentacji.

Kryteria: trafność doboru rozwiązań komunikacyjnych, spójność i estetyka opracowania, jasność przekazu, sposób prezentacji, współpraca w zespole oraz refleksja nad procesem komunikacji.

### Treści programowe

- Istota komunikacji w biznesie - pojęcie, funkcje i znaczenie komunikacji w organizacjach; proces komunikowania się w środowisku pracy; modele komunikacji w kontekście zawodowym.
- Komunikacja interpersonalna i grupowa - elementy, etapy i mechanizmy komunikacji między jednostkami i w zespołach; bariery komunikacyjne i sposoby ich przezwyciężania.
- Komunikacja werbalna i niewerbalna w biznesie - język ciała, ton głosu, postawa, gestykulacja; znaczenie komunikacji niewerbalnej w relacjach zawodowych i wizerunku.
- Autoprezentacja i wystąpienia publiczne - zasady skutecznej autoprezentacji, techniki wystąpień publicznych i prezentacji biznesowych, zarządzanie stresem w sytuacjach komunikacyjnych.
- Retoryka, erystyka i perswazja w biznesie - argumentacja, techniki przekonywania, etyczne aspekty wywierania wpływu w środowisku zawodowym.
- Komunikacja w zespole i w organizacji - przepływ informacji w strukturach organizacyjnych, role komunikacyjne w grupie, znaczenie informacji zwrotnej, komunikacja w zarządzaniu.

- Komunikacja międzykulturowa w biznesie - różnice kulturowe w procesie komunikacji, dostosowanie stylu komunikacji do kontekstu międzynarodowego.
- Komunikacja wizerunkowa i medialna - kreowanie wizerunku osobistego i organizacyjnego, komunikacja poprzez media społecznościowe, podstawy etyki i odpowiedzialności w komunikacji biznesowej.

## Tematyka zajęć

### Wykład

- Istota i znaczenie komunikacji w biznesie - definicje, funkcje, modele i cele komunikowania się w organizacji.
- Proces komunikacji i jego elementy - nadawca, odbiorca, kanały komunikacji, sprzężenie zwrotne, bariery komunikacyjne.
- Komunikacja werbalna i niewerbalna w środowisku zawodowym - język, ton głosu, gesty, mimika, postawa, przestrzeń.
- Autoprezentacja i wystąpienia publiczne - przygotowanie wystąpienia, komunikacja z odbiorcą, zarządzanie stresem.
- Retoryka, erystyka i perswazja w biznesie - sztuka argumentacji, negocjacje, etyka wywierania wpływu.
- Komunikacja w zespole i organizacji - przepływ informacji, role komunikacyjne, znaczenie informacji zwrotnej.
- Komunikacja międzykulturowa w biznesie - style komunikacji w kulturach, różnice językowe i społeczne, unikanie stereotypów.
- Komunikacja wizerunkowa i medialna - kreowanie wizerunku osobistego i firmowego, komunikacja w mediach społecznościowych.
- Konflikty komunikacyjne w organizacji - źródła, style reagowania, mediacja i rozwiązywanie sporów.
- Podsumowanie i ewaluacja - rola kompetencji komunikacyjnych w rozwoju zawodowym.

### Ćwiczenia

1. Analiza wybranych sytuacji komunikacyjnych w środowisku pracy - identyfikacja barier i błędów w komunikacji.
2. Tworzenie i prezentacja strategii komunikacji w zespole projektowym - opracowanie zasad wymiany informacji i współpracy.
3. Autoprezentacja i wystąpienia publiczne w praktyce - ćwiczenia z komunikacji werbalnej i niewerbalnej.
4. Przygotowanie komunikatu biznesowego - redagowanie e-maili, notatek służbowych, raportów i ogłoszeń.
5. Rozwiązywanie konfliktów komunikacyjnych - symulacje negocjacji i mediacji w środowisku zawodowym.
6. Komunikacja w mediach społecznościowych - projektowanie przekazu wizerunkowego i analiza przykładów.
7. Prezentacja końcowa projektu komunikacyjnego - ocena efektów pracy zespołowej i indywidualnej.

## Metody dydaktyczne

Zajęcia prowadzone są w formie wykładów interaktywnych z elementami dyskusji i analizy przypadków oraz projektów realizowanych indywidualnie lub zespołowo. W trakcie zajęć stosowane są metody aktywizujące, takie jak analiza przykładów, symulacje sytuacji komunikacyjnych i warsztaty praktyczne. Szczególny nacisk położony jest na kształtowanie umiejętności autoprezentacji, pracy zespołowej i rozwiązywania problemów komunikacyjnych w środowisku zawodowym.

## Literatura

### Podstawowa:

- Bralczyk J. (2004), Język na sprzedaż, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk.
- Bralczyk J. (2001), Mówi się. Porady językowe profesora Bralczyka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Kozłowska A., Piekot T., (2013), Sztuka pisania. Praktyczny kurs pisania po polsku, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Mikułowski Pomorski J. (2006), Jak narody porozumiewają się ze sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym, Universitas, Kraków.
- Nęcki Z. (2000), Komunikacja międzyludzka, Wydawnictwo Antykwa, Kraków.

- Wojciszke B. (2010), Psychologia społeczna, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.

Uzupełniająca:

- Grzesiuk A., (red.) (2008), Komunikacja społeczna w edukacji, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Nęcki Z. (1996), Negocjacje w biznesie, Antykwa, Kraków.
- Pease A. (2007), Mowa ciała, Rebis, Poznań.
- Tokarski J. (red.) (2001), Słownik wyrazów obcych, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Wojciszke B. (2006), Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.

### 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 |