

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa

KARTA PRZEDMIOTU

Dane ogólne:

Nazwa przedmiotu:	Komunikacja i inteligencja społeczna w biznesie
Okres ważności karty:	IN_JN_PP_KB_I_(2021-2024)
Forma kształcenia:	Studia licencjackie
Forma studiów:	stacjonarne
Profil studiów:	praktyczny
Kierunek studiów:	Filologia
Specjalność/Specjalizacja:	Język niemiecki - poziom podstawowy/Kształcenie biznesowe: komunikacja w biznesie

Przedmiot realizowany:

Rok	Semestr	Rodzaj zajęć	Liczba godzin	Wartość % zajęć	Rygor zaliczenia	ECTS
3	5	war	15	100	zaliczenie z oceną	1
Razem			15			1

Jednostka prowadząca przedmiot:	Instytut Neofilologii
Koordinator:	Zbigniew Wieczorek
Prowadzący zajęcia:	dr Daniel Vogel, dr Zbigniew Wieczorek
Moduł, grupa przedmiotów:	MODUŁ SPECJALNOŚCIOWY
Status przedmiotu:	obowiązkowy
Język wykładowy:	semestr: 5 - polski
Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	językoznawstwo (wiodąca), literaturoznawstwo, nauki o kulturze i religii

Objaśnienia:

Rodzaj zajęć: obowiązkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zajęć: w - wykład, ćw - ćwiczenia audytoryjne, lek - lektorat, s - seminarium, lab - laboratoria, p - projekt, sk - samokształcenie, pz - praktyka zawodowa, war - warsztaty, k - konwersatorium, pw - praca własna, p.art. - pracownia artystyczna, zp - zajęcia praktyczne

Dane merytoryczne

Przedmioty wprowadzające i wymagania wstępne:
Podstawy wiedzy ekonomicznej i socjologicznej na poziomie szkoły średniej.
Cel przedmiotu
Celem przedmiotu jest przekazanie studentom wiedzy z zakresu problematyki komunikacji i inteligencji społecznej; marketingu i Public Relations. Na tak zdefiniowany cel składa się zarówno zdobycie wiedzy praktycznej z zakresu komunikacji interpersonalnej oraz społecznej, marketingu i Public Relations sensu stricto, jak również trening umiejętności praktycznych. Spodziewanym efektem przedmiotu jest więc kształtowanie wśród studentów umiejętności kreowania pozytywnego wizerunku osoby i instytucji czy realizowanego projektu wśród zainteresowanych podmiotów życia społecznego i politycznego, zwrócenie uwagi na komunikację z adresatami projektów, z mediami (z uwzględnieniem zasad etyki).

Szczegółowe efekty uczenia się				
Lp.	Opis efektu uczenia się	Metoda realizacji efektów uczenia się	Metody sprawdzenia efektu uczenia się	Odniesienie do efektów dla modułu/specjalności/kierunku studiów
1	Student zna i rozumie dylematy i zagadnienia związane z prawidłową komunikacją społeczną jako warunkiem odpowiedniego realizowania pracy filologa. Student zna metody diagnozowania potrzeb odbiorców swoich usług i oceny ich jakości.	M3 (Studiowanie literatury przedmiotu), M1 (Studium przypadku), M2 (Wykład konwencjonalny)	Kolokwium, Pisemna praca zaliczeniowa	K_W03, K_W13
2	Student potrafi w precyzyjny i wieloaspektowy sposób komunikować się z otoczeniem oraz potrafi tworzyć pozytywny obraz swojej działalności biznesowej związanej z realizacją potrzeb odbiorców usług i towarów.	M3 (Studiowanie literatury przedmiotu), M1 (Studium przypadku)	Ocena udziału w dyskusji, Pisemna praca zaliczeniowa	K_U06, K_U10
3	Potrafi samodzielnie organizować swój proces uczenia się; jest świadom konieczności nieustannego poszerzania kompetencji w zakresie komunikacji społecznej.	M3 (Studiowanie literatury przedmiotu), M1 (Studium przypadku)	Ocena udziału w dyskusji	K_K03, K_K01
Metody realizacji efektów uczenia się (opis szczegółowy)				
Studiowanie literatury przedmiotu (M3 - Analiza kluczowych fragmentów cennych przykładów z literatury przedmiotu.), Wykład konwencjonalny (M2 - Prezentacja podstawowych treści przedmiotu z wykorzystaniem tradycyjnej formy przekazu.), Studium przypadku (M1 - Analiza wybranych firm, przedsiębiorstw czy inicjatyw typu start-up z perspektywy budowania odpowiedniej komunikacji z odbiorcami usług.)				
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się				
wiedza: Kolokwium (kolokwium sprawdzające podstawowe wiadomości z przedmiotu, których poznanie warunkuje spełnienie dodatkowych warunków zaliczenia) Pisemna praca zaliczeniowa (Praca pisemna zawierająca odpowiedzi na najważniejsze tematy poruszane na zajęciach.)				
umiejętności: Pisemna praca zaliczeniowa (Praca pisemna zawierająca odpowiedzi na najważniejsze tematy poruszane na zajęciach.) Ocena udziału w dyskusji (Ocena udziału w dyskusji pod kontem merytoryczności i respektowania zasad racjonalnej dyskusji.)				
kompetencje społeczne: Ocena udziału w dyskusji (Ocena udziału w dyskusji pod kontem merytoryczności i respektowania zasad racjonalnej dyskusji.)				
Warunki zaliczenia				
Frekwencja, uczestnictwo w dyskusjach, zaliczenie kolokwium, końcowa praca zaliczeniowa.				
Treści Kształcenia				
				Liczba godzin
Semestr: 5				
Forma zajęć: warsztaty				
- Podstawowe zagadnienia marketingu. - Miejsce komunikacji we współczesnym marketingu. - Komunikacja jako proces. - Przeszkody w skutecznym komunikowaniu się (bariery komunikacyjne) i ich przezwyciężanie. Aktywne słuchanie. Komunikacja a konflikty. - Komunikacja jako podstawowa metoda Public Relations. - Public relations – typologia modeli PR. - Etyka w działalności Public Relations. - Inteligencja społeczna – jako zdolność rozumienia i kierowania ludźmi oraz rozumnego działania w stosunkach międzyludzkich.				15
Literatura				
Podstawowa				
Diana Kander, Start up. Postaw wszystko na jedną firmę., Warszawa 2015				
Griffin E., Podstawy komunikacji społecznej, Gdańsk 2003				

Iwona Kuraszko, Nowa komunikacja społeczna wyzwaniem odpowiedzialnego biznesu. Warszawa, Warszawa 2010
Marta Makara-Studzińska, Jak zwiększyć swoją siłę, czyli o skutecznej komunikacji w biznesie, Lublin 2012
Uzupełniająca
Barbara Rozwadowska, Public Relations - teoria, praktyka, perspektywy, Warszawa 2011
Stewart J. (red. nauk.), Mosty zamiast murów. Podręcznik komunikacji interpersonalnej., Warszawa 2007

Sposób określenia liczby punktów ECTS		
Nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia efektów uczenia się	Obciążenia studenta [w godz.]	
Zajęcia dydaktyczne	15	
Samokształcenie	0	
Praca własna studenta	10	
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	25	
Liczba punktów ECTS		
łączna liczba punktów ECTS przypisana do przedmiotu	1	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem	L. godzin	ECTS
	15	0,6

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

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego.