

Business-related communication - course description

General information	
Course name	Business-related communication
Course ID	04.2-WE-BEP-ZKB
Faculty	Faculty of Computer Science, Electrical Engineering and Automatics
Field of study	E-business
Education profile	practical
Level of studies	First-cycle studies leading to Engineer's degree
Beginning semester	winter term 2021/2022

Course information	
Semester	6
ECTS credits to win	2
Course type	optional
Teaching language	polish
Author of syllabus	dr inż. Anna Pławiak-Mowna, prof. UZ

Classes forms					
The class form	Hours per semester (full-time)	Hours per week (full-time)	Hours per semester (part-time)	Hours per week (part-time)	Form of assignment
Laboratory	30	2	18	1,2	Credit with grade

Aim of the course

Rozwój umiejętności i kompetencji komunikacji interpersonalnej w biznesie.

Prerequisites

Brak

Scope

Społeczeństwo informacyjne. Kompetencje komunikacyjne. Kompetencje informacyjne.

Komunikacja. Komunikacja werbalna, niewerbalna, pisemna. Elementy procesu komunikowania. Bariery komunikacyjne i sposoby ich pokonywania. Warunki skutecznej komunikacji, błędy w komunikowaniu się z klientem lub kontrahentem.

Autoprezentacja - zasady skutecznej autoprezentacji.

Środki komunikacyjne. Komunikacja poprzez sieć. Computer Mediated Communication. Bariery w komunikacji sieciowej. Netykieta.

Rola słowa pisanego w skutecznej komunikacji. Efektywne konstruowanie wiadomości (tekstowych).

Technologie informacyjne i komunikacyjne.

Teaching methods

case-study, gry symulacyjne, burza mózgów, dyskusja, metoda projektu, praca w zespole

Learning outcomes and methods of theirs verification

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
Stosuje zasady skutecznej komunikacji pisemnej.	K_K07	a quiz	Laboratory
W stopniu podstawowym zna zastosowania technologii informacyjno-komunikacyjnych dla e-biznesu.	K_K02	a written statement	Laboratory
Ma świadomość korzyści wynikających z umiejętności prawidłowego nadawania/odczytywania komunikatów.	K_K07	a written statement	Laboratory
Jest świadomy barier komunikacyjnych.	K_K07	a written statement	Laboratory

Assignment conditions

Warunkiem zaliczenia jest uzyskanie pozytywnych ocen/zaliczeń ze wszystkich form sprawdzających. Szczegółowe informacje przedstawiane są na pierwszych zajęciach.

Recommended reading

- Anders AD., Coleman JT., Castleberry SB.: Communication Preferences of Business-to-Business Buyers for Receiving Initial Sales Messages: A Comparison of Media Channel Selection Theories. *International Journal of Business Communication*. 2020;57(3):370-400.

2. Kopus TL., Klimova II.: Reimagine Pitch as a Speech Genre in Business Communication, *Perm University Herald. Russian & Foreign Philology / Vestnik Permskogo Universiteta. Rossijskaa i Zarubeznaa Filolgia*, 2020, 12(3), pp. 31–40.
3. Nosalska, K., Mazurek, G.: Marketing principles for Industry 4.0 – a conceptual framework, *Engineering Management in Production and Services*, 2019, 11(3), 9-20.
4. Pardillo JC.: *Business Communication*. Vol. E-book edition. Oakville, ON, Canada: Society Publishing, 2019.
5. Rogala A., Białowas S.: *Communication in Organizational Environments. Functions, Determinants and Areas of Influence*, London: Palgrave Macmillan, 2016.
6. Materiały uzupełniające wskazane przez prowadzącego zajęcia.

Further reading

1. Budzanowska-Drzewiecka M., Marcinkowski A., Motyl-Adamczyk A.: *Różnice kulturowe w komunikacji biznesowej*, Kraków : Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2016.
2. Carnegie D.: *Jak doskonalić umiejętność skutecznej komunikacji*, StudioEMKA, Warszawa, 2013.
3. Garret P., Dennis S.: *Efektywna komunikacja pisemna w biznesie*, K.E. Liber, Warszawa, 2013.
4. Hamilton Ch.: *Skuteczna komunikacja w biznesie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2011.
5. Holliday M.: *Coaching, mentoring i zarządzanie. Jak rozwiązywać problemy i budować zespół*, Helion, Gliwice, 2006.
6. Hambridge S.: *Netiquette Guidelines*, Intel Corp., 1995, <http://www.ietf.org/rfc/rfc1855.txt>
7. Kowalska M.: E-Mail marketing na różnych etapach budowania relacji z klientem. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego We Wrocławiu*, 2018, 526 (July): 99–108.

Notes

Brak

Modified by dr inż. Anna Pławiak-Mowna, prof. UZ (last modification: 30-04-2021 09:32)

Generated automatically from SylabUZ computer system