

Zasady komunikacji biznesowej - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Zasady komunikacji biznesowej
Kod przedmiotu	04.2-WE-BEP-ZKB
Wydział	Wydział Informatyki, Elektrotechniki i Automatyki
Kierunek	Biznes elektroniczny
Profil	praktyczny
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. inżyniera
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2022/2023

Informacje o przedmiocie	
Semestr	6
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obieralny
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr inż. Anna Pławiak-Mowna, prof. UZ

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Laboratorium	30	2	18	1,2	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Rozwój umiejętności i kompetencji komunikacji interpersonalnej w aspekcie biznesu.

Wymagania wstępne

Brak

Zakres tematyczny

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.

Metody kształcenia

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

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Stosuje zasady skutecznej komunikacji pisemnej.	K_K07	sprawdzian	Laboratorium
W stopniu podstawowym zna zastosowania technologii informacyjno-komunikacyjnych dla e-biznesu.	K_K02	wypowiedź pisemna	Laboratorium
Ma świadomość korzyści wynikających z umiejętności prawidłowego nadawania/odczytywania komunikatów.	K_K07	wypowiedź pisemna	Laboratorium
Jest świadomy barier komunikacyjnych.	K_K07	wypowiedź pisemna	Laboratorium

Warunki zaliczenia

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

Literatura podstawowa

1. 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. Nosalska, K., Mazurek, G.: Marketing principles for Industry 4.0 – a conceptual framework, *Engineering Management in Production and Services*, 2019, 11(3), 9-20.
3. Pardillo JC.: *Business Communication*. Vol. E-book edition. Oakville, ON, Canada: Society Publishing, 2019.
4. Rogala A., Białowas S.: Communication in Organizational Environments. Functions, Determinants and Areas of Influence, London: Palgrave Macmillan, 2016.
5. Schartel Dunn SG, Lane PL. Do Interns Know What They Think They Know? Assessing Business Communication Skills in Interns and Recent Graduates. *Business and Professional Communication Quarterly*. 2019;82(2):202-213

Literatura uzupełniająca

1. Booher D. *Faster, Fewer, Better Emails : Manage the Volume, Reduce the Stress, Love the Results*Vol First edition. Berrett-Koehler Publishers; 2019.
2. Budzanowska-Drzewiecka M., Marcinkowski A., Motyl-Adamczyk A.: Różnice kulturowe w komunikacji biznesowej, Kraków : Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2016.
3. Czyczerska KM, Ławnik AJ, Szlenk-Czyczerska E. Współczesny rynek pracy w Polsce a generacja. Różnice między pokoleniami X, Y oraz Z. *Social Dissertations / Rozprawy Społeczne* [Internet]. 2020 Jul;14(3):102–25.
4. Garret P., Dennis S.: Efektywna komunikacja pisemna w biznesie, K.E. Liber, Warszawa, 2013.
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.
8. Myśliwiec G, Załęcka A. Kompetencje negocjacyjne studentów a styl negocjacji i podatność na manipulację. *Education of Economists and Managers / Edukacja Ekonomistów i Menedżerów*. 2021;60(2):25-39.
9. Przywara B, Leonowicz-Bukała I. Bądźmy w kontakcie. Współczesna cyfrowa komunikacja permanentna. *Zeszyty Prasoznawcze* [Internet]. 2020 Jul;63(3):9–31

Uwagi

Brak

Zmodyfikowane przez dr inż. Anna Pławiak-Mowna, prof. UZ (ostatnia modyfikacja: 12-04-2022 13:19)

Wygenerowano automatycznie z systemu SyllabUZ