

Akademia Wychowania Fizycznego im. J. Kukuczki w Katowicach Wydział Zarządzania Sportem i Turystyką			
Kierunek studiów i poziom kształcenia:	Zarządzanie I stopień		Tryb studiów: S/N
Nazwa przedmiotu	KOMUNIKACJA W ORGANIZACJI		
Nazwa modułu kształcenia i jego symbol	Grupa zajęć kierunkowych	GK	
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		
Język wykładowy	polski		
Forma realizacji przedmiotu	obligatoryjny	X	do wyboru
Specjalność	wszystkie specjalności		
Rok studiów	trzeci		
Semestr	szósty		
Liczba punktów ECTS	dwa		
Tytuł/stopień naukowy, imię i nazwisko prowadzącego zajęcia	dr Joanna Daniluk		
Kierunkowe efekty uczenia się- symbole	Przedmiotowe efekty uczenia się		
WIEDZA			
K_W01, K_W02, K_W08, K_W10, K_W28	W1	Zna podstawowe pojęcia z zakresu komunikacji wewnętrznej, potrafi charakteryzować istotę komunikacji wewnętrznej w organizacji i wskazać obszary funkcjonowania organizacji, w których ma ona szczególne znaczenie.	
K_W08, K_W09, K_W12	W2	Potrafi opisać narzędzia komunikacji wewnętrznej oraz wskazać na rolę jaką pełnią w procesie komunikacji wewnętrznej, zna koncepcje, modele komunikacji, typologię procesów komunikacji w biznesie.	
K_W07, K_W28	W3	Potrafi określić bariery i błędy popełniane w komunikacji wewnętrznej oraz dokonać ich klasyfikacji.	
UMIEJĘTNOŚCI			
K_U02, K_U09	U1	Swobodnie posługuje się narzędziami komunikacji wewnętrznej wskazując ich wady i zalety.	
K_U05, K_U06, K_U23	U2	Umie budować kontakt z klientem, organizować efektywne spotkania, posiada zdolności porozumiewania się z ludźmi w środowisku organizacji i poza nim oraz przekazywania wiedzy osobom nie będący specjalistami w zakresie zarządzania.	
K_U02, K_U04, K_U08, K_U23	U3	Umie stosować zasady komunikacji wewnętrznej w zarządzaniu organizacją, posiada umiejętność pogłębionej obserwacji wybranych zjawisk i procesów w organizacji (komunikacji) oraz ich analizy i interpretacji przy zastosowaniu niektórych zaawansowanych pojęć teoretycznych i metodycznych.	
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
K_K01, K_K02, K_K13	K1	Ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności w budowaniu komunikacji wewnętrznej w organizacji, jest przygotowany do pogłębiania swojej wiedzy.	
K_K08, K_K16	K2	Jest przygotowany do komunikowania się z otoczeniem w miejscu pracy i poza nim (słuchanie, negocjacje, perswazja, prezentacja) dzięki znajomości modeli komunikacji wewnętrznej, narzędzi komunikacji wewnętrznej i brania za to odpowiedzialności.	
K_K09, K_K15	K3	Dostrzega problemy moralne związane z komunikacją wewnętrzną, z budowaniem kontaktu z klientem biznesowym, prawidłowo je identyfikuje i rozstrzyga.	
Treści przedmiotu	1. Komunikacja interpersonalna w biznesie-werbalne i niewerbalne		

	<p>aspekty komunikacji. Podstawowe pojęcia z zakresu komunikacji wewnętrznej.</p> <ol style="list-style-type: none"> Istota, cele i klienci komunikacji wewnętrznej w organizacji. Psychologia osobowości-różnice indywidualne, predyspozycje psychofizyczne, intelektualne pracownika. Rola lidera zespołu w komunikacji wewnętrznej. Systemy komunikacji, modele komunikacji, typologia procesów komunikacji w biznesie. Rola kultury komunikacyjnej w biznesie. Siła i struktura perswazji. Techniki perswazji. Zasady skutecznego działania. Innowacyjne NLP. Narzędzia komunikacji wewnętrznej. Proces zarządzania komunikacją wewnętrzną. Determinanty i bariery komunikacji wewnętrznej. Komunikowanie w procesie zmian organizacji. Jakość porozumiewania się w organizacji. Sztuka autoprezentacji w komunikacji wewnętrznej. Biznesowy savior vivre. Służbowy dress code. Budowanie kontaktu z klientem biznesowym. Efektywne spotkania biznesowe. Skuteczność komunikacji wewnętrznej-sześć kroków. Etyka biznesu. Podsumowanie zajęć, kolokwium zaliczeniowe.
Wymagania wstępne i dodatkowe	Podstawowy zakres wiedzy z zarządzania
Literatura obowiązkowa	<ol style="list-style-type: none"> Jaworowicz M., Jaworowicz P. Skuteczna komunikacja w nowoczesnej organizacji. Difin, 2017 Malinowska-Parzydło J. Jesteś marką. Jak odnieść sukces i pozostać sobą. Helion, Gliwice, 2015. Tworzydło D. Public relations praktycznie. Wydawnictwo Newslime, Rzeszów, 2017. Barge J.K, Morreale S.P, Spitzberg B.H. Komunikacja między ludźmi. PWN, Warszawa 2015. Stewart J. (red.). Mosty zamiast murów. Podręcznik komunikacji interpersonalnej. PWN, Warszawa, 2010.
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> Biesiaga-Słomczewska E.J., Iwińska-Knop K. Marketing wewnętrzny we współczesnej organizacji. Wydawnictwo Uniewersytetu Łódzkiego, Łódź, 2018. Cialdini R. Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka. GWP, Gdańsk, 2000. Rosenberg M., Porozumienie bez przemocy. O języku serca. Wydawnictwo Czarna Owca, 2016.
Planowane formy/działania/ metody dydaktyczne	Wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja ze studentami, zadania grupowe- odgrywanie ról
Sposób zaliczenia	Zaliczenie na ocenę
Metody oceniania osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się	Kolokwium zaliczeniowe w formie pytań zamkniętych, aktywność i frekwencja na zajęciach
Kryteria oceniania osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się	Szczegółowe warunki uzyskania oceny oraz uzupełniające elementy oceny (obecność, aktywność itp.), prowadzący egzamin/zaliczenie podaje do wiadomości studentów na pierwszych zajęciach oraz na zajęciach poprzedzających egzamin/zaliczenie
Praktyki zawodowe	nie dotyczy
STUDIA	udział w ćwiczeniach: 26 h

STACJONARNE	zapoznanie się ze wskazaną literaturą: 13 h
Bilans punktów ECTS	przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego lub przygotowanie prezentacji: 13 h
	Łącznie: 52 h
	w bezpośrednim kontakcie z prowadzącym 50% godzin
	liczba punktów ECTS = 2 pkt
	Minimalna ilość godzin nakładu pracy studenta 2 (pkt ECTS) x 26h = 52h

Forma oceny efektów uczenia się				
Efekty uczenia się	Forma oceny			
	Test	Prezentacja multimedialna	Dyskusja dydaktyczna	Zadanie grupowe
W1	X		X	
W2	X		X	
W3	X		X	
U1			X	X
U2		X	X	X
U3			X	X
K1				X
K2				X
K3		X		X