

SYLABUS

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2023/2024-2025/2026

(skrajne daty)

Rok akademicki 2025/2026

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Komunikacja interpersonalna w biznesie
Kod przedmiotu*	
nazwa jednostki prowadzącej kierunek	Kolegium Nauk Humanistycznych
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	Instytut Neofilologii
Kierunek studiów	Filologia germańska
Poziom studiów	I stopnia
Profil	ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarne,
Rok i semestr/y studiów	rok III, semestr 5
Rodzaj przedmiotu	do wyboru
Język wykładowy	niemiecki, polski
Koordynator	dr Agnieszka Odrzywolska-Fus
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	pracownicy Katedry Germanistyki

* -opcjonalnie, zgodnie z ustaleniami w Jednostce

1.1. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

Semestr (nr)	Wykł.	Ćw.	Konw.	Lab.	Sem.	ZP	Prakt.	Inne (jakie?)	Liczba pkt. ECTS
5		30							2

1.2. Sposób realizacji zajęć

x zajęcia w formie tradycyjnej

1.3. Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)

Zaliczenie z oceną

2. WYMAGANIA WSTĘPNE

Znajomość języka niemieckiego na poziomie B2.

Wybór specjalności język niemiecki w biznesie.

3. CELE, EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE**3.1 Cele przedmiotu**

C ₁	Zapoznanie studentów z uwarunkowaniami komunikacji interpersonalnej ze szczególnym uwzględnieniem środowiska biznesowego, a także możliwości świadomego wpływu na interlokutora;
C ₂	rozwijanie kompetencji komunikacyjnych oraz właściwego podejścia do problemów w komunikacji interpersonalnej, rolę aktywnego słuchania, pytania, mówienia oraz komunikacją niewerbalną
C ₃	Kształtowanie umiejętności prowadzenia skutecznych rozmów w środowisku biznesowym, rozumienia przyczyn powstawania konfliktów oraz wskazanie możliwości zastosowania wiedzy z zakresu komunikacji w poprawie jakości relacji interpersonalnych

3.2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

EK (efekt uczenia się)	Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu	Odniesienie do efektów kierunkowych ¹
EK_01	Student zna i rozumie istotę i znaczenie procesu komunikacyjnego, jego uwarunkowania kulturowe, społeczne oraz psychologiczne, identyfikuje podstawy tworzenia trwałych relacji interpersonalnych opartych na efektywnej komunikacji oraz zasadach etycznych działań biznesowych;	K_W09
EK_02	porozumiewa się z wykorzystaniem różnych technik komunikacyjnych, aktywnie uczestniczy w wymianie poglądów, stosuje technikę zmiany perspektywy, język „ja”, prezentuje i ewaluuje opinie i stanowiska, identyfikuje nastroje i emocje partnerów w trakcie rozmowy oraz dopasowuje właściwą strategię komunikacyjną, jest świadomy konieczności stałego rozszerzania swojej wiedzy i umiejętności;	K_U07 K_U08 K_U12
EK_03	w sposób przedsiębiorczy wykorzystuje wiedzę przedmiotową oraz umiejętności komunikacyjne, społeczne, interkulturowe i interpersonalne w interakcjach biznesowych, kierując się etyką, jak również ostrożnością w doborze środków komunikacji i rozwiązywaniu konfliktów	K_K04 K_K05

3.3. Treści programowe

- A. Problematyka wykładu
- B. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych, laboratoryjnych, zajęć praktycznych

Treści merytoryczne
Semestr 5

¹ W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela.

- Podstawowe zagadnienia – procesy komunikacyjne oraz ich uwarunkowania w środowisku biznesowym
- Sposoby wywierania wpływu na interlokutora; perswazja a manipulacja
- Werbalne i niewerbalne determinanty komunikacji interpersonalnej
- Typy osobowości i sposobów komunikowania się w środowisku biznesowym – model C. G. Junga
- Charakterystyka negocjacji z uwzględnieniem trzech podstawowych czynników (siły, zaufania i kreatywności)
- Asertywność
- Sposoby radzenia sobie w sytuacjach nieporozumień komunikacyjnych oraz konfliktów – rozwiązywanie sytuacji kryzysowych wynikających z różnic osobowościowych oraz poglądowych
- Cechy dobrego rozmówcy i współpracownika, tworzenie długotrwałych relacji biznesowych
- Kontakty międzynarodowe – rozwijanie postawy rozumienia obcości kulturowej, znaczenie różnic kulturowych w środowisku biznesowym, podejście do partnerów zagranicznych

3.4. Metody dydaktyczne

Ćwiczenia i zajęcia praktyczne, warsztat szkoleniowy oparty na nowoczesnej metodologii pracy z grupą, wykorzystującej techniki kształtujące postawy, rozwijające kompetencje i doskonalące umiejętności; analiza zagadnień w oparciu o wybrane teksty; dyskusja, praca w (małych) grupach / parach, praca indywidualna, uczenie problemowe (Problem-based learning).

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody oceny efektów uczenia się (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć)	Forma zajęć dydaktycznych (w, ćw., ...)
EK_01	kolokwium	ćw.
EK_02	obserwacja w trakcie zajęć, projekt	ćw.
EK_03	obserwacja w trakcie zajęć, projekt	ćw.

4.2. Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

- Aktywny udział w zajęciach (w ćwiczeniach indywidualnych, w parach i grupach);
- ocena pozytywna z kolokwium z uwzględnieniem kryteriów poprawności merytorycznej oraz językowej;
- zaliczenie przedmiotu: pisemne lub ustne w formie tradycyjnej lub zdalnej.

Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z zaliczeń na ocenę jest uzyskanie min. 60% punktów z zadań sprawdzających wiedzę i umiejętności z zakresu treści programowych wymienionych w niniejszym sylabusie.

5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS

Forma aktywności	Średnia liczba godzinna zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe wynikające z planu studiów	30
Inne z udziałem nauczyciela (udział w konsultacjach, egzaminie)	2
Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć – lektura tekstów, przygotowanie projektu, powtórzenie wiadomości do kolokwium)	28
SUMA GODZIN	60
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS	2

* Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

wymiar godzinowy	
zasady i formy odbywania praktyk	

7. LITERATURA

Literatura podstawowa:

Baney, Joann (przeł. Z ang. Wojciech Jędruszek) (2009): Komunikacja interpersonalna. Warszawa : Wolters Kluwer Polska : IPS International Publishing Service

Benedikt Antoni (2011): Asertywność jako proces skutecznej komunikacji / Wrocław: Wydawnictwo Astrum.

Błaszczak, Ewa (2017): Kolory, czyli prosta instrukcja obsługi człowieka. Warszawa: 4Results.

Bonacchi, Silvia (2011): Höflichkeitsausdrücke und anthropozentrische Linguistik. W: Grucza, Sambor/ Tylusińska-Kowalska, Anna: Języki, kultury, teksty, wiedza. Warszawa: Publikacje naukowe Instytutu Kulturologii i Lingwistyki Antropocentrycznej Uniwersytetu Warszawskiego.

https://www.academia.edu/3116614/H%C3%B6flichkeitsausdr%C3%BCcke_und_anthropozentrische_Linguistik?email_work_card=view-paper

Carnegie, Dale (przeł. Magdalena Bugajska) (2013): Jak doskonalić umiejętność skutecznej komunikacji. Warszawa : Wydawnictwo Studio EMKA.

Center, Ewa M. (2011): Negocjacje jako forma komunikacji interpersonalnej. Warszawa: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej.

Fus, Agnieszka (2013): *Konzeptionelle und funktionale Ebene der interkulturellen Kompetenz*. W: Germanica Wratislaviensia 138. Auswertung und Neubewertung. Wrocław, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, s. 69-82. ISSN: 0435-5865

Fus, Agnieszka (2016): Über die Möglichkeit des Fremdverstehens: die Rolle der Wahrnehmung und der Selbstidentität. W: Studien zur Deutschkunde/ Studia Niemcoznawcze (57). Warszawa: Instytut Germanistyki UW, s. 655-667. ISSN: 0208-4597.

Jakob, Ralph/ Tilmes, Rolf/ Schwartz, Hansjörg/ Welkoborsky, Anke/ Wendenburg, Felix (2016): Verhandlungsmanagement in Unternehmen in Deutschland: Von der Institution zum System. EBS.

Puczkowski, Benedykt (2006): *Komunikacja interpersonalna w biznesie* Olsztyn : Wydaw. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego.

Quirke, Bill (2012): *Komunikacja wewnętrzna krok po kroku: jak komunikacja wewnętrzna pomaga wdrażać każdą strategię w firmie*.

Schumacher, Hans-Jörg (2011): *Verhandlungen im Unternehmen richtig führen*
<https://www.maschinenmarkt.vogel.de/verhandlungen-im-unternehmen-richtig-fuehren-a-342629/?p=2>

<https://www.verhandlungstraining.org/>

Wawrzak-Chodaczek Mirosława (2017): *Komunikacja interpersonalna i masowa : wybrane teorie i praktyki* / Kraków : Oficyna Wydawnicza Impuls.

Witte, Erich H. (2006): *Interpersonale Kommunikation, Beziehungen und Gruppen/Kollaboration*. Hamburg: Universität Hamburg, Arbeitsbereich Sozialpsychologie.
https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/35053/ssoar-2006-witte-Interpersonale_Kommunikation_Beziehungen_und_Gruppen-Kollaboration.pdf?sequence=1

Literatura uzupełniająca:

Batko, Andrzej (2011): *Sztuka perswazji, czyli język wpływu i manipulacji*. Wydanie 2. Wydawnictwo Helion, Onepress.

Kendik, Magdalena (2009): *Negocjacje międzynarodowe*. Warszawa.

Lundén, Björn/ Rosell, Lennart (2010): *Techniki negocjacji : jak odnieść sukces w negocjacjach*. Gdańsk : BL Info Polska

Fisher, Roger/ Ury, William (2016): Dochodząc do TAK: Negocjowanie bez poddawania się. Warszawa: PWE.

Lax, David A./ Sebenius, James K. (2010): negocjacje w trzech wymiarach. Jak wygrać najważniejsze gry negocjacyjne. Warszawa: MT Biznes.

Nęcki, Zbigniew (2012): Negocjacje w biznesie. Kraków: Antykwa.

Wasilewska, Wioletta (2010): Efektywne negocjacje w biznesie : przewodnik / oprac. Olsztyn: Centrum Innowacji i Transferu Technologii Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego

Najnowsze publikacje o charakterze naukowym oraz materiały z prasy bieżącej i z zasobów internetowych, zgodne z treściami merytorycznymi przedmiotu

https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-322-80675-8_6

<https://ebs-university-production.s3.amazonaws.com/uploads/becms/medium/pdf/1864/studie-verhandlungsmanagement-in-unternehmen-in-deutschland.pdf>

<http://www.comelio-seminare.com/seminare/titel/verhandlungstraining>

<https://www.haufe-akademie.de/lp/landeseiten/verhandeln.html>

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej