

SYLABUS
DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2019-2022

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE/MODULE

Nazwa przedmiotu/ modułu	ETYKIETA BIZNESU (SAVOIR VIVRE)
Kod przedmiotu/ modułu*	PS39
Wydział (nazwa jednostki prowadzącej kierunek)	Kolegium Nauk Humanistycznych
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	Instytut Polonistyki i Dziennikarstwa
Kierunek studiów	polonistyka stosowana
Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia, licencjackie
Profil	ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarne
Rok i semestr studiów	rok 2, semestr 4
Rodzaj przedmiotu	przedmiot obowiązkowy z modułu kulturoznawczo-praktycznego
Język wykładowy	polski
Koordynator	dr hab. prof. UR Magdalena Patro-Kucab
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	dr hab. prof. UR Magdalena Patro-Kucab

* - zgodnie z ustaleniami na Wydziale

1.1. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

Semestr (nr)	Wykł.	Ćw.	Konw.	Lab.	Sem.	ZP	Prakt.	Inne (jakie?)	Liczba pkt ECTS
4		15							2

1.2. Sposób realizacji zajęć

- x zajęcia w formie tradycyjnej
- x zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu /modułu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)**2. WYMAGANIA WSTĘPNE**

Sprawność we właściwym posługiwaniu się językiem polskim, nabyta w trakcie dotychczasowej edukacji szkolnej oraz pierwszego roku studiów licencjackich.

3. CELE, EFEKTY KSZTAŁCENIA, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE

3.1 Cele przedmiotu/modułu

C1	zapoznanie studentów/-ek z kodeksem dobrych manier obowiązujących we współczesnym świecie
C2	poznanie zasad zachowania się w różnych relacjach społecznych i komunikacyjnych
C3	poznanie zasad zachowania się w różnych relacjach zawodowych oraz towarzyskich

3.2 Efekty kształcenia dla przedmiotu/ modułu (wypełnia koordynator)

EK (efekt kształcenia)	Treść efektu kształcenia zdefiniowanego dla przedmiotu (modułu)	Odniesienie do efektów kierunkowych (KEK)
EK_01	W01 - student/-ka zna kodeks dobrych manier obowiązujących we współczesnym świecie	K_W03,
EK_02	U01 – student/-ka umie się zachować w różnych relacjach społecznych i komunikacyjnych	K_U01,07,
EK_03	K01 – student/-ka stosuje zasady savoir-vivre'u w różnych relacjach zawodowych oraz towarzyskich	K_K02

3.3 Treści programowe (wypełnia koordynator)

A. Problematyka wykładu

Treści merytoryczne

B. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych, laboratoryjnych, zajęć praktycznych

Treści merytoryczne		
1.	Pojęcie kultury i etykiety biznesu. Elementy wizerunku menadżera.	
2.	Tendencje rozwojowe polskiej etykiety językowej w XX i XXI wieku. Formalnojęzykowe i pragmatycznojęzykowe zróżnicowanie aktów etykietalnych.	
3.	Dobre maniery w pracy. Zasady etykiety w relacjach z otoczeniem firmy lub instytucji – wewnętrznym (współpracownicy, przełożeni, podwładni) oraz zewnętrznym – kontrahenci, kooperanci, administracja.	
4.	Grzeczność ubioru. Firmowy dress code.	
5.	Role kobiet i mężczyzn w kontaktach służbowych.	
6.	Różnice kulturowe w relacjach z pracodawcami, współpracownikami i klientami.	
7.	Właściwe zachowanie podczas przyjęć oficjalnych i nieoficjalnych. Uroczyste przyjęcia przy stole, biznesowe obiady w restauracji, koktajl-party itp.	
8.	Etykieta jako narzędzie osobistej przewagi w sytuacji komunikacyjnej. Budowanie relacji zawodowych i towarzyskich, rozwiązywanie konfliktów, przekazywanie niekorzystnych wiadomości.	

9.	Korespondencja tradycyjna, elektroniczna oraz rozmowy telefoniczne. Zasady językowego savoir-vivre'u.
10.	Codzienna kindersztuba. Reguły dobrego wychowania i zachowania w węższym wymiarze socjalnym – rodzina, relacje towarzyskie.
12.	Kultura fizyczna.

3.4 Metody dydaktyczne

- Analiza przypadków,
- prezentacje,
- dyskusja,
- rozwiązywanie zadań.

4. METODY I KRYTERIA OCENY

Efekty kształcenia	Na ocenę niedostateczną	Na ocenę dostateczną	Na ocenę dobrą	Na ocenę bardzo dobrą
W01	Student/-ka nie ma podstawowej wiedzy z zakresu językoznawstwa pragmatycznego.	Student/-ka umie wybrane zagadnienia z zakresu językoznawstwa pragmatycznego.	Student/-ka umie większość zagadnień z zakresu językoznawstwa pragmatycznego.	Student/-ka zna wszystkie omawiane zagadnienia z zakresu językoznawstwa pragmatycznego.
U01	Student/-ka nie potrafi dokonać analizy wybranych typów wypowiedzi z uwzględnieniem wyznaczników pragmalingwistycznych.	Student/-ka analizuje niektóre z wybranych typów wypowiedzi z uwzględnieniem wyznaczników pragmalingwistycznych.	Student/-ka analizuje większość z wybranych typów wypowiedzi z uwzględnieniem wyznaczników pragmalingwistycznych.	Student/-ka analizuje wszystkie wskazane typy wypowiedzi z uwzględnieniem wyznaczników pragmalingwistycznych.
K01	Student/-ka w ogóle nie podnosi swojej sprawności komunikacyjnej.	Student/-ka podnosi niektóre aspekty swojej sprawności komunikacyjnej.	Student/-ka znacznie podnosi swoją sprawność komunikacyjną.	Student/-ka zdecydowanie podnosi swoją sprawność komunikacyjną.

4.1 Sposoby weryfikacji efektów kształcenia

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

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

Ustalenie oceny zaliczeniowej na podstawie ocen cząstkowych uzyskiwanych w trakcie zajęć semestralnych:

- mniej niż 60% poprawnych odpowiedzi ocena niedostateczna,
- 60% poprawnych odpowiedzi ocena dostateczna,
- 70% ocena plus dostateczna,
- 80% ocena dobra,
- 85% ocena plus dobra,
- 90%–100% ocena bardzo dobra.

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

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe wynikające planu z studiów	15
Inne z udziałem nauczyciela (udział w konsultacjach, egzaminie)	10
Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.)	25
SUMA GODZIN	50
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/ MODUŁU

wymiar godzinowy	---
zasady i formy odbywania praktyk	---

7. LITERATURA

LITERATURA PODSTAWOWA:

Cialdini R. B., 2009, *Wysieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, Gdańsk.
 Castells M., 2003, *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań.
 Gleason J. B., Ratner N. B., red., 2005, *Psycholingwistyka*, Gdańsk.
 Jarczyński A., 2009, *Etykieta w biznesie*, Warszawa.
 Kurcz I., 2005, *Psychologia języka i komunikacji*, Warszawa.
 Marcjanik M., 1993, *Etykieta językowa* [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wrocław, s. 271–281.
 Marcjanik M., 2000, *Polska grzeczność językowa*, Kielce.
 Marcjanik M., 2001, *W kręgu grzeczności. Wybór prac z zakresu polskiej etykiety językowej*, Kielce.

Marcjanik M., red., 2007, *Grzeczność na krańcach świata*, Warszawa: Językowe, międzyjęzykowe, kulturowe i międzykulturowe aspekty grzeczności, s. 15-36.

Marcjanik M., 2013, *Mówimy uprzejmie. Poradnik językowego savoir-vivre'u*, Warszawa.

Markowski A., 2012, *Kultura języka polskiego. Teoria. Zagadnienia leksykalne*, Warszawa.

Master D. H., Green Ch., Galford R., 2011, *Zaufany doradca. Jak budować trwałe relacje z klientami*, Wydawnictwo Helion.

Orłowski T., Szteliga A., 2012, *Etykieta menadżera*, Wydawnictwo Sonia Draga.

Patcher B., 2008, *Biznesowy savoir-vivre*, Wydawnictwo Helion.

de Rothschild N., 2006, *Savoir-vivre XXI wieku*, Wydawnictwo Zysk i s-ka

Sareło Z., 2001, *Media w służbie osoby. Etyka społecznego komunikowania*, Toruń.

Stewart J., *Mosty zamiast murów. O komunikowaniu się między ludźmi*, Warszawa.

Wallace P., 2003, *Psychologia Internetu*, Poznań.

Literatura uzupełniająca:

Filip G., *Mistrzowie gry na argumenty – Kałużyński, Treugutt, Bieńkowski*, Rzeszów.

Green J. O., 1999, *Nowa era komunikacji*, Warszawa.

Hącia A., 2010, *O bezpieczeństwie i niebezpieczeństwach języka firm ubezpieczeniowych* [w:] *Polskie języki. O językach zawodowych i środowiskowych*, red. M. Milewska-Stawiany i E. Rogowska-Cybulska, Gdańsk, s. 201–218.

Kamieński W. i M., 2001, *Poradnik dobrych manier*, Katowice.

Kochan M., 2010, *Mówiony język biznesu* [w:] *Polskie języki. O językach zawodowych i środowiskowych*, red. M. Milewska-Stawiany i E. Rogowska-Cybulska, Gdańsk, s. 139–175.

Kochan M., 2005, *Pojedynek na słowa*, Kraków.

Nęcki Z., 2000, *Komunikacja międzyludzka*, Kraków.

Olekszyk J., 2005, *O języku flirtu prawie wszystko*, Warszawa.

Ożóg K., 1990, *Zwroty grzecznościowe współczesnej polszczyzny mówionej*, Kraków.

Tkaczyk L., 1996, *Komunikacja niewerbalna. Postawa. Mimika. Gest*, Wrocław.

Wasilewski J., 2010, *Język marketingu – od marketingowców do specjalistów od marketingu* [w:] *Polskie języki. O językach zawodowych i środowiskowych*, red. M. Milewska-Stawiany i E. Rogowska-Cybulska, Gdańsk, s. 176–200.

WOLNY-PEIRS M., 2005, *JĘZYK SUKCESU WE WSPÓŁCZESNEJ POLSKIEJ KOMUNIKACJI PUBLICZNEJ*, WARSZAWA.

Literatura uzupełniająca: ---