|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Id | Target | Source |
| [Screen 1](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=1_C_2)  [1\_C\_2](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=1_C_2) | In today’s business environment, where people are connected globally 24/7, communication is more important than ever.  This course will explain some simple steps we can all take to communicate ethically, responsibly, and professionally. | W dzisiejszym środowisku biznesowym – połączonym globalnie 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu – komunikacja staje się coraz ważniejsza.  W trakcie tego szkolenia poznasz szereg prostych rozwiązań sprzyjających etycznej, odpowiedzialnej i profesjonalnej komunikacji. |
| [Screen 2](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=2_C_3)  [2\_C\_3](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=2_C_3) | Upon completion of this course, you will be able to:   * Use clear, precise, unambiguous language in business communications; * Regulate your tone and emotions to avoid misunderstandings; * Select the most appropriate channel for your message; and * Know where to go for help and support.   This course will take approximately 35-40 minutes to complete. | Po ukończeniu tego kursu będziesz w stanie:   * posługiwać się klarownym, precyzyjnym, jednoznacznym językiem w komunikacji biznesowej; * kontrolować swój ton i emocje, aby uniknąć nieporozumień; * wybrać najbardziej odpowiedni kanał dla swojego komunikatu; oraz * wiedzieć, gdzie zwrócić się o pomoc i wsparcie.   Przejście tego kursu zajmie około 35–40 minut. |
| [Screen 3](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=3_C_4)  [3\_C\_4](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=3_C_4) | The icons at the top of the screen provide one-click access to key resources:   * The Table of Contents, * Important contact information, and * Reference material.   In addition, you can use the Exit icon to close the course window. | Klikając ikony u góry ekranu, uzyskasz dostęp do kluczowych zasobów:   * Spisu treści, * Ważnych danych kontaktowych oraz * Materiałów referencyjnych.   Oprócz tego możesz użyć ikony Wyjdź, aby zamknąć okno kursu. |
| [Screen 4](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=4_C_5)  [4\_C\_5](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=4_C_5) | There are several features to help guide you through the course:   * The Back and Forward arrows allow you to move from screen to screen. * A horizontal slider bar at the bottom of the screen allows you to see where you are in the course. * The Table of Contents lets you navigate from section to section. | Jest kilka funkcji, które pomogą Ci przejść przez kurs:   * Strzałki Wstecz i Do przodu pozwalają przechodzić pomiędzy ekranami. * Dzięki poziomemu paskowi z suwakiem u dołu ekranu możesz zobaczyć, w którym miejscu kursu się znajdujesz. * Spis treści umożliwia przechodzenie między poszczególnymi punktami. |
| [Screen 5](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=5_C_6)  [5\_C\_6](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=5_C_6) | Knowledge Check  Once you have reviewed the content of this course, you will be required to complete a 10-question Knowledge Check.  The Knowledge Check can be taken at any time by clicking the Table of Contents icon and selecting Knowledge Check. | Sprawdzian wiedzy  Po zakończeniu przeglądania treści kursu będziesz musiał/-a poddać swoją wiedzę ocenie i odpowiedzieć na 10 pytań w ramach Sprawdzianu wiedzy.  Sprawdzian wiedzy można przeprowadzić w dowolnym momencie, klikając ikonę Spisu treści i wybierając opcję Sprawdzian wiedzy. |
| [Screen 6](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=6_C_7)  [6\_C\_7](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=6_C_7) | In this section, we will explain why it is essential to always consider your audience when communicating.  We will demonstrate how language, tone, and emotions play a significant role in how your message is received and interpreted. | W tym rozdziale wyjaśnimy, dlaczego ważne jest, aby zawsze brać pod uwagę odbiorców komunikatu.  Pokażemy, jak język, ton i emocje odgrywają istotną rolę w tym, jak przekaz jest odbierany i interpretowany. |
| [Screen 7](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=7_C_8)  [7\_C\_8](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=7_C_8) | Communicating carefully in a business environment requires us to consider how others are likely to interpret what we are saying.  It requires us to recognize that others have different beliefs, experiences, backgrounds, and identities than our own. | Staranne komunikowanie się w środowisku biznesowym wymaga od nas zastanowienia się nad tym, jak inni mogą zinterpretować to, co mówimy.  Wymaga to od nas uznania, że inni ludzie mają odmienne od nas przekonania, doświadczenia, pochodzenie i tożsamość. |
| [Screen 8](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=8_C_9)  [8\_C\_9](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=8_C_9) | Careful communication is more than simply avoiding offensive and discriminatory language or stopping yourself from making intolerant or threatening remarks.  It is recognizing that, while what you are saying may be clear to you, it may not be clear to others. | Staranna komunikacja to coś więcej niż tylko unikanie obraźliwego i dyskryminującego języka lub powstrzymywanie się od wygłaszania nieakceptowalnych uwag czy pogróżek.  To świadomość, że choć to, co mówisz, może być jasne dla Ciebie, to wcale nie musi być oczywiste dla innych. |
| [Screen 9](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=9_C_10)  [9\_C\_10](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=9_C_10) | A good way to think about communication is to imagine two people speaking to each other in person.  At its basic level, communication consists of a sender, a message, and a receiver. | Dobrym sposobem postrzegania komunikacji jest wyobrażenie sobie dwóch ludzi, którzy rozmawiają ze sobą.  Na podstawowym poziomie komunikacja obejmuje nadawcę, komunikat i odbiorcę. |
| [Screen 10](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=10_C_11)  [10\_C\_11](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=10_C_11) | When we communicate, we often assume that our message and its meaning are identical.  Unfortunately, this may not always be the case, because the meaning of a message can be open to interpretation. | Kiedy się komunikujemy, często zakładamy, że nasz przekaz i jego znaczenie są identyczne.  Niestety nie zawsze tak jest, ponieważ znaczenie komunikatu może podlegać interpretacji. |
| [Screen 11](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=11_C_12)  [11\_C\_12](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=11_C_12) | Always consider your audience before you communicate.  Imagine how others might interpret what you are saying and adjust your choice of words, tone, and body language accordingly.  CLICK EACH OF THE ICONS TO REVEAL QUESTIONS YOU SHOULD CONSIDER WHEN COMMUNICATING IN A BUSINESS ENVIRONMENT.  Is this an internal or an external audience?  Does the audience speak the same language?  Is this going to an individual or a group of people?  Is this going to a customer?  Are you communicating with your manager or a peer? | W związku z tym należy zawsze brać pod uwagę odbiorców naszego przekazu.  Należy wyobrazić sobie, jak inni zinterpretują naszą wypowiedź. Trzeba też odpowiednio dobrać słowa, ton i język ciała.  KLIKNIJ KAŻDĄ IKONKĘ, ABY WYŚWIETLIĆ PYTANIA, KTÓRE NALEŻY WZIĄĆ POD UWAGĘ W RAMACH KOMUNIKOWANIA SIĘ W ŚRODOWISKU BIZNESOWYM.  Kto jest odbiorcą komunikatu, osoby z firmy czy spoza niej?  Czy odbiorcy komunikatu mówią tym samym językiem?  Czy komunikat jest przeznaczony dla pojedynczej osoby czy dla grupy?  Czy odbiorcą komunikatu jest klient?  Czy komunikujesz się ze swoim przełożonym czy z osobą równą rangą? |
| [Screen 12](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=12_C_13)  [12\_C\_13](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=12_C_13) | Careful communication requires the use of clear, concise, unambiguous language. | Staranna komunikacja wymaga używania klarownego, zwięzłego i jednoznacznego języka. |
| [Screen 13](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=13_C_14)  [13\_C\_14](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=13_C_14) | Your message may be clear to you, but it doesn't mean it’s going to be clear to your audience.  This risk increases in written communications, where feedback isn’t always immediate, and it is difficult to gauge whether the intended message is being received. | Twój przekaz może być jasny dla Ciebie, ale to nie znaczy, że będzie zrozumiały dla Twoich odbiorców.  Ryzyko to wzrasta w przypadku komunikacji pisemnej, gdzie informacja zwrotna nie zawsze jest natychmiastowa i trudno jest ocenić, czy zamierzony przekaz został właściwie odebrany. |
| [Screen 14](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=14_C_15)  Activity: Scenario  [14\_C\_15](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=14_C_15) | Imagine . . .  A country manager sends a group email to employees:  We need to get this product moving. We are way behind where we are supposed to be. So, I need you to do whatever it takes to ensure we meet our numbers this month.  That's not correct!  That's correct!  That's partially correct! | Wyobraź sobie…  Kierownik krajowy wysyła grupowego e-maila swoim podwładnym:  Musimy poprawić sprzedaż tego produktu. Bardzo nam jeszcze daleko do wyznaczonego targetu. Chcę, żebyście zrobili wszystko, co się da, by w tym miesiącu zrealizować plan.  To nie jest poprawna odpowiedź!  To jest poprawna odpowiedź!  Ta odpowiedź jest częściowo poprawna! |
| [Screen 14](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=16_C_15)  Activity: Questions  [16\_C\_15](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=16_C_15) | Do you think this message could pose a risk to the company?  [1] Yes  [2] No.  Submit | Czy ten komunikat może stanowić ryzyko dla firmy?  [1] Tak  [2] Nie.  Prześlij |
| [Screen 14](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=15_C_15)  Activity: Feedback  [15\_C\_15](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=15_C_15) | While it is unlikely that the country manager’s intention is to encourage anything illegal, the fact is that the phrase, “I need you to do whatever it takes to ensure we meet our numbers,” is vague and open to interpretation.  If one of the employees, for instance, secured a contract while acting against company policy, they could point to the email and claim that the manager had given the green light to do whatever it takes to win the business. | Choć prawdopodobieństwo, że kierownik krajowy namawia do podejmowania czynów nielegalnych, jest małe, zdanie „Chcę, żebyście zrobili wszystko, co się da,” jest mało precyzyjne i można je rozumieć na wiele sposobów.  Gdyby na przykład jeden z handlowców podpisał kontrakt niezgodnie z polityką firmy, mógłby powołać się na e-mail od swojego przełożonego, który daje zielone światło do podjęcia wszelkich działań ukierunkowanych na realizację sprzedaży. |
| [Screen 15](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=17_C_16)  [17\_C\_16](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=17_C_16) | Here is a simple technique to help ensure the meaning of your message is as clear as possible. | Oto prosta technika, która umożliwi maksymalne sprecyzowanie znaczenia Twojego komunikatu. |
| [Screen 16](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=18_C_17)  [18\_C\_17](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=18_C_17) | First, consider your word choice.  Make sure that the words you are using are clear, precise, and unambiguous. Simply put, choose words that are simple to understand. | Po pierwsze, zastanów się nad doborem słów.  Upewnij się, że słowa, których używasz, są klarowne, precyzyjne i jednoznaczne. Krótko mówiąc, wybieraj słowa, które są proste do zrozumienia. |
| [Screen 17](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=19_C_18)  [19\_C\_18](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=19_C_18) | Second, check to make sure you have provided sufficient context.  By providing appropriate context, you can avoid confusion and ambiguity.  For example, if you are referencing someone or something, make sure you have provided enough detailed information to ensure it is clear who or what you are talking about. | Po drugie, zastanów się, czy odpowiednio nakreśliłeś kontekst.  Odpowiedni kontekst pozwala uniknąć nieporozumień i niejasności.  Na przykład, jeśli odnosisz się do kogoś lub czegoś, podaj wystarczająco dużo szczegółowych informacji, aby było jasne, *o kim* lub *o czym* mówisz. |
| [Screen 18](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=20_C_19)  [20\_C\_19](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=20_C_19) | Third, avoid using legal terms.  Inadvertent use of legal language can have serious repercussions. Unless you are a lawyer and have been authorized to provide a legal opinion, always avoid using legal terms, such as “negligent,” “illegal,” “reckless,” or “liable.” These terms can alter the meaning of your message. They can also be interpreted and/or used by third parties as admissions of liability in litigation. | Po trzecie, unikaj terminów prawniczych.  Nieumyślne użycie języka prawniczego może mieć poważne reperkusje. Jeśli nie jesteś prawnikiem i nie zostałeś upoważniony do wyrażania opinii prawnej, zawsze unikaj używania terminów prawnych, takich jak „zaniedbanie”, „nielegalny”, „lekkomyślny” czy „odpowiedzialność prawna”. Terminy te mogą zmienić znaczenie Twojego komunikatu. Mogą być one również interpretowane i/lub wykorzystywane przez strony trzecie jako przyznanie się do odpowiedzialności w postępowaniu sądowym. |
| [Screen 19](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=21_C_20)  Activity: Scenario  [21\_C\_20](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=21_C_20) | Imagine . . .  A training manager emails a colleague about a virtual workshop attended as part of new product training.  The way they train on this product is unbelievable. Nobody learns anything. It is negligent!  That's not correct!  That's correct!  That's partially correct! | Wyobraź sobie…  Menedżer ds. szkoleń wysyła do współpracownika e-mail o wirtualnych warsztatach dotyczących nowych produktów.  To, w jaki sposób prowadzą szkolenia dotyczące tego produktu, jest niewiarygodne. Nikt niczego się z nich nie dowiaduje. To jest niedbałość!  To nie jest poprawna odpowiedź!  To jest poprawna odpowiedź!  Ta odpowiedź jest częściowo poprawna! |
| [Screen 19](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=23_C_20)  Activity: Questions  [23\_C\_20](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=23_C_20) | What do you think the training manager is trying to say?  [1] They are trying to say that the training observed was not very good.  [2] They are trying to say that training does not comply with the minimum standards required by law.  Submit | Co według Ciebie chce powiedzieć menedżer ds. szkoleń?  [1] Chce powiedzieć, że szkolenie nie było najlepsze.  [2] Chce powiedzieć, że szkolenie nie spełnia minimalnych standardów wymaganych przez prawo.  Prześlij |
| [Screen 19](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=22_C_20)  Activity: Feedback  [22\_C\_20](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=22_C_20) | What the training manager is trying to say is that, in their opinion, the training observed was not very good. Using the term “negligent” could be interpreted by others as a legal opinion that the training does not comply with the minimum standards required by law. This communication could be used by third parties to argue that Abbott’s training is insufficient, and the company is violating the law. | Menedżer ds. szkoleń chce powiedzieć, że jego zdaniem szkolenie nie było zbyt dobre. Użycie terminu „niedbalstwo” może zostać zinterpretowane przez innych jako opinia prawna, że szkolenie nie spełnia minimalnych standardów wymaganych przez prawo. Komunikat ten może zostać wykorzystany przez strony trzecie do twierdzenia, że szkolenia firmy Abbott nie spełniają standardów, a firma narusza prawo. |
| [Screen 20](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=24_C_21)  [24\_C\_21](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=24_C_21) | Finally, avoid the use of emojis and emoticons.  Even though emojis and emoticons are often considered harmless and playful, they can mean different things in different cultures and social settings. This can lead to serious misunderstandings in business communications. | I wreszcie, unikaj używania emotikonów.  Chociaż emotikony często uważa się za nieszkodliwe i zabawne, ich znaczenie może być różne w różnych kulturach i środowiskach. Może to prowadzić do poważnych nieporozumień w komunikacji biznesowej. |
| [Screen 21](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=25_C_22)  [25\_C\_22](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=25_C_22) | Careful communication also avoids assumptions and the presentation of opinions as facts.  This doesn't mean that you can't speculate on something. It means that if you do, you should be clear that you are expressing your opinion and not presenting a fact.  For example, in a personal context there may be little harm in suggesting to a friend, ". . . that Company X will be out of business in a couple of years." But in a business context, this kind of speculation could be misinterpreted as a fact or a well-informed conclusion. It could then be used as the basis for a business decision – possibly with unfortunate consequences. | Staranna komunikacja pozwala również na unikanie założeń i wyrażania opinii jako faktów.  Nie oznacza to jednak, że nie można spekulować na jakiś temat. Oznacza to tyle tylko, że kiedy się to robi, musi być jasne, że wyraża się swoją opinię, a nie przedstawia fakt.  Na przykład w prywatnej rozmowie poniższe stwierdzenie może nie mieć większego znaczenia: „…firma X zniknie z rynku za kilka lat”. Ale w kontekście biznesowym tego rodzaju spekulacje mogą zostać błędnie zinterpretowane jako fakt lub wniosek oparty na wiarygodnych informacjach. Takie stwierdzenie mogłoby nawet być podstawą decyzji biznesowej – być może z niefortunnymi konsekwencjami. |
| [Screen 22](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=26_C_23)  Activity: Scenario  [26\_C\_23](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=26_C_23) | Imagine . . .  A regional sales manager hears a rumor that a new product in development has run into quality issues. The manager then attends a meeting where it is announced that the launch of the new product is going to be delayed. After the meeting, the manager sends a text message to a colleague:  Just heard . . . They’ve canceled the launch for the second time. Major quality issues with the new product!  That’s partially correct!  That's correct!  That's partially correct! | Wyobraź sobie…  Regionalny kierownik ds. sprzedaży słyszy plotkę, że opracowywany nowy produkt ma jakieś problemy z jakością. Kierownik bierze następnie udział w spotkaniu, na którym dowiaduje się, że premiera tego produktu na rynku zostanie opóźniona. Po spotkaniu kierownik wysyła SMS-a do współpracownika:  Właśnie słyszałam... Już drugi raz odwołują premierę. Poważne problemy z jakością tego nowego produktu!  Ta odpowiedź jest częściowo prawidłowa!  To jest poprawna odpowiedź!  Ta odpowiedź jest częściowo poprawna! |
| [Screen 22](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=28_C_23)  Activity: Questions  [28\_C\_23](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=28_C_23) | Based on this text message, which of the following statements would you assume to be true?  [1] The launch has been canceled.  [2] There are quality issues with the new product.  [3] Both 1 and 2.  Submit | Na podstawie tego SMS-a, które z poniższych stwierdzeń wydaje Ci się prawdziwe?  [1] Wprowadzenie produktu na rynek zostało anulowane.  [2] Są problemy z jakością nowego produktu.  [3] 1 i 2.  Prześlij |
| [Screen 22](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=27_C_23)  Activity: Feedback  [27\_C\_23](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=27_C_23) | Most people would assume both statements were true – that the launch has been canceled and that the cancellation has been caused by “quality issues” with the new product.  The truth, however, is that the sales manager has no idea what has caused the delay. The manager has assumed the cancellation of the launch has been caused by (the rumor of) quality issues, consequently presenting that assumption as a fact. | Większość ludzi założyłaby, że oba stwierdzenia są prawdziwe – że premiera produktu została odwołana i że było to spowodowane „problemami z jakością” nowego produktu.  Prawda jest jednak taka, że kierownik ds. sprzedaży nie ma pojęcia, co jest powodem opóźnienia. Kierownik założył, że odwołanie premiery produktu było spowodowane przez (zasłyszane) problemy z jakością, przedstawiając to domniemanie jako fakt. |
| [Screen 23](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=29_C_24)  [29\_C\_24](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=29_C_24) | How we say something is just as important as what we say.  Using the wrong tone when communicating may result in misunderstandings about the meaning of your message, affect perceptions, and suggest something we do not intend. | To jak mówimy daną rzeczą jest nie mniej ważne od tego, co mówimy.  Używanie niewłaściwego tonu w komunikacji może skutkować nieporozumieniami co do znaczenia przekazu, wpływać na percepcję i sugerować coś, czego sobie nie życzymy. |
| [Screen 24](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=30_C_25)  Activity: Scenario  [30\_C\_25](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=30_C_25) | Imagine . . .  A sales representative who has just completed a contract negotiation with a customer at their office posts a sarcastic comment on social media:  OMG! Customer X has just remodeled their office. It is certainly different. LOL! They must think orange is the new black!  That's not correct!  That's correct!  That's partially correct! | Wyobraź sobie…  Przedstawiciel handlowy, który właśnie skończył negocjacje z klientem w jego siedzibie, umieszcza w mediach społecznościowych sarkastyczny komentarz:  OMG! Klient X właśnie przemalował swoje biuro. Z pewnością wygląda inaczej. LOL! Pewnie myślał, że pomarańczowy to hit sezonu!  To nie jest poprawna odpowiedź!  To jest poprawna odpowiedź!  Ta odpowiedź jest częściowo poprawna! |
| [Screen 24](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=32_C_25)  Activity: Questions  [32\_C\_25](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=32_C_25) | Now imagine that the post goes viral. How do you think Abbott’s customers and the public would react?  [1] They would wait for an official Abbott response before jumping to any conclusions.  [2] They would give the sales representative the benefit of the doubt and understand it is a joke.  [3] They would be shocked to see an Abbott employee display such an unprofessional attitude.  Submit | Wyobraź sobie, że post trafia do dużej grupy ludzi. Jak Twoim zdaniem zareagują klienci Abbott i opinia publiczna?  [1] Poczekają na oficjalną reakcję Abbott przed wyciągnięciem jakichkolwiek wniosków.  [2] Rozstrzygną wątpliwości na korzyść przedstawiciela i przyjmą jego komentarz jako żart.  [3] Będą zszokowani tak nieprofesjonalnym zachowaniem pracownika Abbott.  Prześlij |
| [Screen 24](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=31_C_25)  Activity: Feedback  [31\_C\_25](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=31_C_25) | Even though the sales representative was only joking, people who do not know this person or the situation are likely to think the customer’s taste in decor was being mocked. | Nawet jeśli przedstawiciel handlowy tylko sobie żartował, ludzie, którzy nie znają go lub sytuacji, mogą pomyśleć, że naśmiewał się z gustu klienta. |
| [Screen 25](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=33_C_26)  [33\_C\_26](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=33_C_26) | Sarcastic, ironic, and humorous tones are often misinterpreted in business communications.  This is especially true in written communications, where visual cues (such as body language) and aural cues (such as vocal inflections) are absent. | Ton sarkastyczny, ironiczny i humorystyczny nie zawsze spotyka się ze zrozumieniem w komunikacji biznesowej.  Dotyczy to zwłaszcza komunikacji na piśmie, gdzie nie ma znaków wizualnych (np. języka ciała) i słuchowych (np. modulacji głosu). |
| [Screen 26](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=34_C_27)  [34\_C\_27](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=34_C_27) | Misperceptions can also be caused by the use of secretive and conspiratorial tones and language.  For example, phrases such as “Keep this between us,” “You won’t believe this, but,” or “For your eyes only” can make a completely appropriate activity appear inappropriate or unlawful. | Przyczyną błędnego odbioru mogą być również tony przywołujące na myśl tajemnicę, sekret i konspirację.  Na przykład, zwroty takie jak „Niech to zostanie między nami”, „Nie uwierzysz, ale” lub „Tylko dla twoich oczu” mogą sprawić, że zupełnie stosowna czynność wyda się nieodpowiednia lub niezgodna z prawem. |
| [Screen 27](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=35_C_28)  Activity: Scenario  [35\_C\_28](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=35_C_28) | Imagine . . .  A government official is investigating a fraud allegation against a health care company accused of concealing negative information about one of its products.  During the investigation, the official comes across an email from one of the company’s researchers to a colleague:  Regarding what I told you earlier, let’s just keep that to ourselves. It would be a nightmare if this got out.  That's not correct!  That's correct!  That's partially correct! | Wyobraź sobie…  Urzędnik państwowy prowadzi dochodzenie w sprawie domniemanego oszustwa popełnionego przez firmę z sektora opieki medycznej. Firma ta jest oskarżona o zatajenie negatywnych danych dotyczących jednego z wytwarzanych przez nią produktów.  Analizując sprawę, urzędnik natrafia na e-maila napisanego przez jednego z badaczy firmy do współpracownika:  Jeśli chodzi o tę sprawę, o której Ci już mówiłem, zostawmy ją dla siebie, OK? Gdyby to wyszło, rozpętałoby się istne piekło.  To nie jest poprawna odpowiedź!  To jest poprawna odpowiedź!  Ta odpowiedź jest częściowo poprawna! |
| [Screen 27](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=37_C_28)  Activity: Questions  [37\_C\_28](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=37_C_28) | Given the fraud allegations, do you think it’s likely that this individual’s activities would be investigated further?  [1] Yes.  [2] No.  Submit | Biorąc pod uwagę oskarżenie o oszustwo, czy wydaje Ci się prawdopodobne, że działania tej osoby będą dalej badane?  [1] Tak.  [2] Nie.  Prześlij |
| [Screen 27](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=36_C_28)  Activity: Feedback  [36\_C\_28](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=36_C_28) | Even though the researcher may not be involved in any fraudulent activity or cover-up, the secretive and conspiratorial tone of the email makes it appear so.  As it turns out, the email is about a personal matter; because of the tone and choice of words, the researcher could possibly be implicated in the allegations. | Mimo że badacz może nie być zaangażowany w żadne nadużycia czy tuszowanie sprawy, tajemniczy i konspiracyjny ton e-maila stawia go w bardzo niekorzystnym świetle.  Okazuje się, że e-mail dotyczy sprawy osobistej, ale ze względu na ton i dobór słów, badacz mógłby zostać wpisany w krąg podejrzanych. |
| [Screen 28](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=38_C_29)  [38\_C\_29](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=38_C_29) | Our ability to control our emotions when we communicate has the potential to greatly affect others’ perceptions of what we are saying, and, ultimately, how they view us. | Umiejętność kontrolowania emocji podczas komunikacji może mieć ogromny wpływ na to, jak postrzega nas odbiorca i jak rozumie nasz komunikat. |
| [Screen 29](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=39_C_30)  [39\_C\_30](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=39_C_30) | While at times we may feel justified in venting our frustration or disappointment with a work colleague or business partner, it is important to maintain a healthy work environment.  Even if the outburst is brief, your colleagues may remember it long after your emotions have subsided. | Choć czasami może nam się wydawać uzasadnione wyładowanie frustracji lub rozczarowania na współpracowniku lub partnerze biznesowym, ważne jest, aby dbać o przyjazną atmosferę w pracy.  Nawet jeśli nasz wybuch jest krótki, współpracownicy mogą go pamiętać długo po opadnięciu emocji. |
| [Screen 30](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=40_C_31)  [40\_C\_31](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=40_C_31) | Always take the time to calm down before you respond to someone.  Never send a message when you are upset. Instead, save a draft of the message for a period of time, re-read and adjust it, or consider not sending it at all. | Pamiętaj, aby przed odpowiedzią zawsze się uspokoić.  Nigdy nie wysyłaj wiadomości, będąc zdenerwowanym. Lepiej jest zapisać wersję roboczą e-maila, przeczytać ją ponownie za jakiś czas i dostosować jej treść lub w ogóle jej nie wysyłać. |
| [Screen 31](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=41_C_32)  [41\_C\_32](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=41_C_32) | Here are some other ways to regulate your emotions when communicating.  Use neutral language. For example, using "issue" instead of "problem" or "challenge" rather than "disaster" keeps things more objective and less emotional.  Avoid emotionally loaded terms, for example, “stupid,” “lazy,” or “dangerous.” Such words can be easily taken out of context.  Finally, if you ever have any doubt about something you are about to communicate, consult a colleague or your manager. | Oto kilka innych sposobów na kontrolowanie emocji podczas komunikacji.  Niech Twój język brzmi neutralnie. Na przykład używanie takich słów jak „kwestia” zamiast „problem” lub „wyzwanie” zamiast „katastrofa” pozwala zachować obiektywizm i ogranicza emocje.  Należy unikać określeń nacechowanych emocjonalnie, takich jak: „głupi”, „leniwy” lub „niebezpieczny”. Takie słowa można łatwo wyrwać z kontekstu.  I wreszcie, w razie wątpliwości co do kwestii, które masz zamiar przekazać, skonsultuj się z współpracownikiem lub przełożonym. |
| [Screen 32](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=42_C_33)  [42\_C\_33](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=42_C_33) | Communicating carefully in a business environment requires us to consider how others are likely to interpret what we are saying.  Use clear, precise, unambiguous language   * Choose words that are simple to understand. * Check to make sure you have provided sufficient context. * Avoid using legal terms - unless you are a lawyer and have been authorized to provide a legal opinion. * Avoid the use of emojis and emoticons. * Avoid assumptions and the presentation of opinions as facts.   Regulate your tone  How we say something is just as important as what we say:   * Sarcastic, ironic, and humorous tones are often misinterpreted in business communications. * Misperceptions can also be caused by the use of secretive and conspiratorial tones and language.   Control your emotions   * Always take the time to calm down before you respond to someone. * Use neutral language. * Avoid emotionally loaded terms. | Staranne komunikowanie się w środowisku biznesowym wymaga od nas zastanowienia się nad tym, jak inni mogą zinterpretować to, co mówimy.  Używaj klarownego, precyzyjnego, jednoznacznego języka   * Wybieraj słowa, które są proste do zrozumienia. * Zastanów się, czy odpowiednio nakreśliłeś kontekst. * Unikaj terminów prawniczych – chyba że jesteś prawnikiem i zostałeś upoważniony do wydania opinii prawnej. * Unikaj emotikonów. * Unikaj założeń i przedstawiania opinii jako faktów.   Kontroluj ton głosu  To, jak coś mówimy, jest nie mniej ważne od tego, co mówimy:   * Ton sarkastyczny, ironiczny i humorystyczny nie zawsze spotyka się ze zrozumieniem w komunikacji biznesowej. * Przyczyną błędnego odbioru mogą być również tony przywołujące na myśl tajemnicę, sekret i konspirację.   Kontroluj emocje   * Pamiętaj, aby przed odpowiedzią zawsze się uspokoić. * Niech Twój język brzmi neutralnie. * Unikaj słów nacechowanych emocjonalnie. |
| [Screen 33](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=43_C_34)  [43\_C\_34](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=43_C_34) | In this section, you will learn how to select the most appropriate channel and tools to communicate your message. | W tej części dowiesz się, jak wybrać najlepszy kanał i narzędzia do przekazania swojego komunikatu. |
| [Screen 34](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=44_C_35)  [44\_C\_35](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=44_C_35) | The channel we use to communicate can have a significant impact on how we construct and convey our messages.  This also determines how much control we have over messages once they have been created. | Kanał, którego używamy do komunikacji, może mieć istotny wpływ na sposób konstruowania i przekazywania naszych komunikatów.  Określa on również zakres kontroli nad komunikatami po ich utworzeniu. |
| [Screen 35](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=45_C_36)  [45\_C\_36](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=45_C_36) | Certain media are more effective and appropriate than others for communicating certain types of information. | Niektóre mechanizmy są wydajniejsze i odpowiedniejsze od innych w zakresie przekazu określonych rodzajów informacji. |
| [Screen 36](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=46_C_37)  [46\_C\_37](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=46_C_37) | Email, for example, is a great channel for creating and transmitting day-to-day business information.  Its speed and convenience make it a great tool for answering customer queries, updating colleagues on projects, forwarding proposals and reports, etc.  Email, however, is not appropriate to use for sharing highly confidential information of a proprietary nature. | Na przykład poczta elektroniczna jest wspaniałym kanałem do tworzenia i transmisji bieżących informacji biznesowych.  Jej prędkość i wygoda powodują, iż e-mail stanowi bardzo wydajne narzędzie pozwalające odpowiadać na zapytania klientów, przekazywać współpracownikom najnowsze wiadomości dotyczące projektów, przesyłać propozycje i raporty, itd.  E-mail nie nadaje się jednak do przekazywania danych poufnych lub zastrzeżonych. |
| [Screen 37](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=47_C_38)  [47\_C\_38](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=47_C_38) | Messages that are highly confidential in nature, or those requiring a lot of history and context, are best communicated in real time, either in person or over the phone.  Always think about the type of information you are sharing, the audience receiving this information, and the best channel to use to communicate. | Komunikaty tajne lub wymagające podania szerszego kontekstu najlepiej przekazywać w czasie rzeczywistym - osobiście lub przez telefon.  Powinno się zawsze pamiętać o rodzaju przekazywanych danych, odbiorcy i optymalnym kanale komunikacji. |
| [Screen 38](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=48_C_39)  [48\_C\_39](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=48_C_39) | Instant messaging (IM) and text messaging (TM) are popular forms of communication increasingly used for business-related activities.  IM and TM are great tools that can be used to provide colleagues with updates on our activities, ask a quick question, alert partners of scheduling conflicts, as well as arrange and schedule meetings. IM and TM are not, however, appropriate channels for creating or transmitting substantive business information such as sales information or performance reviews. | Komunikatory i SMS-y to popularne formy przekazu danych wykorzystywane coraz częściej w środowisku biznesowym.  Są to znakomite narzędzia do informowania współpracowników o naszych działaniach, zadawania krótkich pytań, ostrzegania partnerów o niedopasowaniu terminarza, umawiania spotkań. Nie nadają się jednak do tworzenia i transmisji merytorycznych danych biznesowych takich jak informacje o obrotach czy raporty wydajności. |
| [Screen 39](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=49_C_40)  [49\_C\_40](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=49_C_40) | Virtual meetings such as conference calls and video conferences are being used more frequently.  They provide us with an ideal way to manage remote teams, conduct interactive demonstrations, etc. While virtual meetings offer multiple benefits, they also present challenges and risks. For example, virtual meetings are not as secure as face-to-face communications, which are often conducted behind closed doors. Thus, they are not suitable for discussing or sharing sensitive or confidential information. | Coraz częściej organizowane są spotkania wirtualne, takie jak tele- i wideokonferencje.  Pozwalają nam one w idealny sposób zarządzać zdalnymi zespołami, przeprowadzać interaktywne demonstracje itp. Chociaż wirtualne spotkania oferują wiele korzyści, wiążą się z nimi również pewne wyzwania i zagrożenia. Na przykład wirtualne spotkania nie są tak bezpieczne jak komunikacja osobista, która często odbywa się za zamkniętymi drzwiami. W związku z tym nie nadają się one do omawiania lub udostępniania informacji wrażliwych lub poufnych. |
| [Screen 40](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=50_C_41)  [50\_C\_41](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=50_C_41) | Social media, is perhaps, the most dynamic of all communication channels.  It offers us a unique opportunity for direct online interactions, collaboration, and information-sharing with customers, consumers, patients, other Abbott employees, and the public. This opportunity also presents a major challenge. Since interactions on social media are quick and dynamic and have the potential to go viral, information, views, and opinions can quickly become elevated, divulged, or misconstrued. As a result, improper use of social media can represent a significant risk to Abbott’s reputation. | Media społecznościowe, to chyba najbardziej dynamiczny ze wszystkich kanałów komunikacji.  Zapewniają nam one wyjątkową możliwość bezpośredniej interakcji online, współpracy i wymiany informacji z klientami, konsumentami, pacjentami, innymi pracownikami firmy Abbott oraz opinią publiczną. Wiążą się z tym jednak poważne wyzwania. Ze względu na szybkość i dynamikę interakcji w mediach społecznościowych informacje, poglądy i opinie mogą szybko zostać wyeksponowane, rozpowszechnione lub błędnie zinterpretowane. W rezultacie niewłaściwe korzystanie z mediów społecznościowych może stanowić istotne zagrożenie dla reputacji Abbott. |
| [Screen 41](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=51_C_42)  [51\_C\_42](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=51_C_42) | It is important to recognize that the channel we use to communicate can have an impact on how we construct and convey our messages.  This is particularly true in the case of electronic communications, where we tend to:   * Respond to messages very quickly, * Use a less formal tone, and * Take less care in our word choice. | Ważne jest więc, aby uświadomić sobie, że kanał, którego używamy do komunikacji, może mieć wpływ na sposób konstruowania i przekazywania naszych komunikatów.  Ma to szczególne znaczenie w przypadku komunikacji elektronicznej, która sprzyja:   * udzielaniu szybkich odpowiedzi na komunikaty, * używaniu nieformalnego tonu, oraz * zwracaniu mniejszej uwagi na dobór słów. |
| [Screen 42](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=52_C_43)  [52\_C\_43](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=52_C_43) | Using electronic media can sometimes result in us saying things we don’t intend, sharing information with people we shouldn’t, or expressing views that might offend others.  This doesn’t mean that we shouldn’t use email, instant messaging, virtual meetings, or social media if they are the most appropriate or effective channels, but rather that we need to exercise care when using these media.  CLICK THE CAREFUL COMMUNICATION BUTTON TO LEARN MORE. | Korzystanie z mediów elektronicznych może nieraz powodować, że powiemy coś, czego nie zamierzaliśmy, podamy informacje osobom, które nie powinny ich otrzymać lub wyrazimy pogląd, który okazuje się dla kogoś obraźliwy.  Nie znaczy to jednak, że nie powinniśmy korzystać z poczty elektronicznej, komunikatorów internetowych, wirtualnych spotkań czy mediów społecznościowych, jeśli są to najodpowiedniejsze kanały. Rzecz w tym, by postępować ostrożnie.  KLIKNIJ PRZYCISK STARANNA KOMUNIKACJA, ABY DOWIEDZIEĆ SIĘ WIĘCEJ. |
| [Screen 42](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=53_C_43)  [53\_C\_43](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=53_C_43) | CAREFUL COMMUNICATION  Before sending an email, you should always re-read what you have written and ask yourself:   * Am I using an appropriate choice of words? * Am I maintaining a professional tone? * Is everything clear and unambiguous? * Is the information I am planning on sharing relevant to every person I am planning on sharing it with? | STARANNA KOMUNIKACJA  Przed wysłaniem e-maila należy przeczytać go ponownie i zadać sobie następujące pytania:   * Czy dobrze dobrałem słowa? * Czy zachowałem profesjonalny ton? * Czy wszystko jest jasne i nie pozostawia wątpliwości? * Czy informacje, które chcę wysłać, dotyczą każdego odbiorcy? |
| [Screen 43](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=54_C_44)  [54\_C\_44](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=54_C_44) | Before selecting a channel, we also need to think about how much control we are likely to have over our message once it is created. | Zanim wybierzemy kanał komunikacji musimy zastanowić się, na ile będziemy kontrolować komunikat po stworzeniu go. |
| [Screen 44](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=55_C_45)  [55\_C\_45](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=55_C_45) | Many of us underestimate the potential scope of public disclosure when it comes to communicating electronically.  Emails can be mistakenly sent or copied to the wrong recipient.  Messages can be forwarded to others.  Online posts can easily go viral. | Większość z nas nie zdaje sobie sprawy ze skutków publicznego ujawnienia treści komunikatów elektronicznych.  E-maile trafiają często do nieodpowiednich osób.  Smsy i teksty z komunikatorów można przekazywać innym.  Posty w sieci mogą rozprzestrzeniać się błyskawicznie. |
| [Screen 45](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=56_C_46)  [56\_C\_46](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=56_C_46) | We forget that there are essentially no boundaries online, and that, once we press the send button, what happens to our message is largely out of our control.  This can result in information, views and opinions quickly becoming elevated, co-opted, or misconstrued. | Zapominamy, że w sieci nie ma granic, a po wciśnięciu przycisku „wyślij” tracimy praktycznie kontrolę nad transmisją danych.  Tym sposobem informacje, poglądy i opinie zaczynają żyć własnym życiem, ulegając często nadinterpretacji. |
| [Screen 46](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=57_C_47)  [57\_C\_47](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=57_C_47) | We also forget that electronic communications can last a lifetime.  While Abbott has very strict rules regarding document retention and destruction, others may not. That means that the comments you once posted on an obscure website while still in college could still be with you today. | Zapominamy czasem także, że komunikacja elektroniczna może trwać w nieskończoność.  Firma Abbott ma, co prawda, jasne i surowe zasady dotyczące przechowywania i niszczenia dokumentów, ale inne firmy mogą takich reguł nie stosować. Oznacza to, że komentarze zamieszczone przez Ciebie na nieznanej stronie internetowej w czasie studiów wcale nie zniknęły z sieci. |
| [Screen 47](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=58_C_48)  [58\_C\_48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=58_C_48) | Finally, we need to remember that personal views and information shared, especially on social media, may have a negative effect on our professional lives, our company, our customers, our stakeholders, and our patients.  For example, we need to be aware that when using social media, our personal and business identities are likely to overlap. Content and related comments we originally intended only for family and friends may be viewed by others, even if privacy settings are enabled. | Wreszcie nie wolno nam zapominać, że prywatne poglądy i informacje, które przekazujemy przy pomocy mediów społecznościowych, mogą wywierać negatywny wpływ na nasze życie zawodowe, firmę, klientów, interesariuszy i pacjentów.  Gdy korzystamy, na przykład, z mediów społecznościowych, pamiętajmy, że nasz profil prywatny i biznesowy będzie nachodził jeden na drugi. Komentarze i treści, które miały być tylko dla rodziny i przyjaciół mogą być przeglądane przez inne osoby, nawet przy odpowiednio skonfigurowanych ustawieniach prywatności. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=59_C_49)  [59\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=59_C_49) | Because of the heightened risk that social media poses to Abbott and its stakeholders, there are Social Media Guidelines that apply to all users of social media both inside and outside the Company.  CLICK THE PANELS TO LEARN MORE. | Ze względu na podwyższone ryzyko, jakie media społecznościowe niosą ze sobą dla firmy Abbott i jej interesariuszy, opracowane zostały Wytyczne w zakresie mediów społecznościowych, które obowiązują wszystkich użytkowników mediów społecznościowych, zarówno wewnątrz, jak i poza firmą.  KLIKAJ POSZCZEGÓLNE PANELE, ABY DOWIEDZIEĆ SIĘ WIĘCEJ. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=60_C_49)  [60\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=60_C_49) | [1] Understand the Medium  Understand the Medium  Follow each platform’s terms of use, and make sure you keep up with changes, which can happen at any time. Also, understand the culture of the online communities with which you interact and how your intended audience communicates. | [1] Zrozum kanał społecznościowy  Zrozum kanał społecznościowy  Przestrzegaj warunków korzystania z każdej platformy i trzymaj rękę na pulsie w zakresie ich zmian, które mogą być wprowadzane w każdej chwili. Ponadto zrozum kulturę społeczności internetowych, z którymi wchodzisz w interakcje oraz sposób, w jaki komunikują się Twoi docelowi odbiorcy. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=61_C_49)  [61\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=61_C_49) | [2] Be Transparent  Be Transparent  When talking about Abbott, its brands, or its products, be sure to clearly disclose your connection to Abbott in your posts. This helps ensure that everyone in your social network understands that you have a vested interest in Abbott.  To disclose your Abbott connection, use statements such as:  “Check out my company’s new …!”  “ I work for Abbott and am excited about our new campaign.”  “Love my company’s new ....”  You can also use a hashtag at the end of your post to disclose your connection to Abbott, for example:  #IWorkAtAbbott  #ProudToBeAbbott | [2] Bądź transparentny  Bądź transparentny  Wypowiadając się na temat firmy Abbott, jej marek lub produktów, wyraźnie ujawnij w swoich postach powiązanie z firmą. Dzięki temu każdy w Twojej sieci społecznościowej będzie wiedział, że wiąże Cię z Abbott bliższa relacja.  Aby ujawnić powiązania z firmą Abbott, można użyć takich stwierdzeń jak:  „Zobaczcie nowy … mojej firmy!”  „Pracuję w Abbott i niesamowicie podoba mi się nasza nowa kampania.”  „Uwielbiam ten nowy… mojej firmy.”  Aby podkreślić swoje powiązanie z firmą Abbott, można też użyć hashtaga na końcu postu, na przykład:  #PracujeWAbbott  #DumaZPracyWAbbott |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=62_C_49)  [62\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=62_C_49) | [3] Respect Others and Use Sound Judgment  Respect Others and Use Sound Judgment  Be respectful of your intended (and unintended) audiences and their perspectives. Remember that there are no geographic boundaries online. Local posts and comments may have global significance and vice versa.  Avoid using ethnic slurs, obscenities, or any language or activity that would violate Abbott’s policies. Also avoid making disparaging or false statements about anyone or anything, including our competitors or their products.  Consult Public Affairs when considering whether to respond to a negative comment posted on an Abbott external social media channel. | [3] Szanuj innych i kieruj się zdrowym rozsądkiem  Szanuj innych i kieruj się zdrowym rozsądkiem  Szanuj swoich docelowych (i potencjalnych) odbiorców oraz ich punkt widzenia. Pamiętaj, że w sieci nie ma granic geograficznych. Lokalne posty i komentarze mogą mieć wymiar globalny i vice versa.  Unikaj używania obraźliwych określeń etnicznych, wulgaryzmów lub innego języka lub działań, które mogłyby naruszyć zasady firmy Abbott. Unikaj także dyskredytujących lub fałszywych stwierdzeń na temat kogokolwiek lub czegokolwiek, w tym naszych konkurentów lub ich produktów.  Skonsultuj się z działem PR, analizując, czy odpowiedzieć na negatywny komentarz zamieszczony na zewnętrznym kanale mediów społecznościowych Abbott. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=63_C_49)  [63\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=63_C_49) | [4] Pause Before You Post  Pause Before You Post  Speak truthfully and follow all local laws and regulations on what we can say about our businesses and products. Don’t make false or misleading statements or off-label claims about our products, and don’t comment on or share content for products that aren’t available for sale in your country. | [4] Zastanów się przed publikacją  Zastanów się przed publikacją  Wypowiadaj się zgodnie z prawdą i przestrzegaj wszystkich lokalnych praw i regulacji dotyczących tego, co możemy mówić o naszych firmach i produktach. Nie składaj fałszywych lub mylących oświadczeń lub pozarejestracyjnych twierdzeń dotyczących naszych produktów, a także nie komentuj ani nie udostępniaj treści dotyczących produktów, które nie są dostępne w sprzedaży w Twoim kraju. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=64_C_49)  [64\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=64_C_49) | [5] Let the Experts Respond  Let the Experts Respond  If you are not an official Abbott spokesperson, do not respond to comments or media inquiries related to Abbott’s company position. Abbott responds to comments or media inquiries only through designated spokespersons. When in doubt, seek further guidance and pass the comments on to Public Affairs.  Don’t forget that, even when you are using social media in a personal capacity, people may perceive you to be speaking on behalf of Abbott. So always clarify which comments are your own. Avoid giving the impression that you are an official Abbott spokesperson when sharing official Abbott content. | [5] Pozwól odpowiedzieć ekspertom  Pozwól odpowiedzieć ekspertom  Jeśli nie jesteś oficjalnym rzecznikiem firmy Abbott, nie odpowiadaj na komentarze lub zapytania mediów dotyczące stanowiska firmy Abbott w jakiejś sprawie. Firma Abbott odpowiada na komentarze i zapytania mediów wyłącznie poprzez wyznaczonych rzeczników. W razie wątpliwości zasięgnij porady i przekaż komentarze do działu PR.  Nie zapominaj, że nawet korzystając z mediów społecznościowych w celach prywatnych, odbiorcy Twoich komunikatów mogą postrzegać Cię jako osobę wypowiadającą się w imieniu firmy Abbott. Dlatego zawsze zaznaczaj, które wpisy wyrażają Twoje prywatne stanowisko. Unikaj stwarzania wrażenia, że jesteś oficjalnym rzecznikiem Abbott podczas udostępniania oficjalnych treści firmy. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=65_C_49)  [65\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=65_C_49) | [6] Protect Privacy and Confidential Information  Protect Privacy and Confidential Information  Never share personal information, for example, another person’s name, address, phone number, government ID, email address, or credit card information without permission.  Never share sensitive and confidential information, like trade secrets, personally identifiable information, and intellectual property.  Never use or post copyrighted, trademarked, rights of publicity, and other information that belongs to Abbott or other parties without permission.  Remember that, even if a site has privacy settings, information can often be viewed and shared by others.  If you create or control an Abbott-sponsored social media forum, consult Legal to make sure you’re following laws regarding cookies and online tracking. | [6] Chroń prywatność i poufne informacje  Chroń prywatność i poufne informacje  Nie udostępniaj bez pozwolenia danych osobowych, na przykład imienia i nazwiska, adresu, numeru telefonu, nr PESEL, adresu e-mail lub informacji o karcie kredytowej innej osoby.  Nie udostępniaj informacji wrażliwych i poufnych, takich jak tajemnice handlowe, informacje umożliwiające identyfikację osoby oraz własności intelektualnej.  Nie używaj ani nie zamieszczaj bez zezwolenia informacji chronionych prawami autorskimi, znakami towarowymi, prawami do wizerunku i innych informacji należących do firmy Abbott lub stron trzecich.  Pamiętaj, że nawet jeśli strona internetowa ma odpowiednio skonfigurowane ustawienia prywatności, informacje i tak mogą być przeglądane i udostępniane przez inne osoby.  Jeśli tworzysz lub prowadzisz zatwierdzony przez firmę Abbott kanał w mediach społecznościowych, skonsultuj się z działem prawnym w zakresie obowiązujących przepisów dotyczących plików cookie i śledzenia online. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=66_C_49)  [66\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=66_C_49) | [7] Use Care with What You Share  Use Care with What You Share  Guard your passwords, don’t post your personally identifiable information, and learn to use privacy settings.  Do not use your Abbott email address and password on social media sites. Attackers may steal your login information and use it to access Abbott systems.  Never post your personally identifiable information (including birth date, home address, or phone number), as it can be used to steal your identity or socially engineer attacks targeted against you and your contacts.  Learn to configure the social media platform’s privacy settings and read its privacy statement to understand how the company will share your information.  Only befriend people whom you personally know. | [7] Zachowaj ostrożność względem tego, co udostępniasz  Zachowaj ostrożność względem tego, co udostępniasz  Chroń swoje hasła, nie publikuj swoich danych osobowych i naucz się korzystać z ustawień prywatności.  Nie używaj służbowego adresu e-mail i hasła Abbott na portalach społecznościowych. Hakerzy mogą wykraść Twoje dane logowania i wykorzystać je do uzyskania dostępu do systemów firmy Abbott.  Nie publikuj swoich danych osobowych (w tym daty urodzenia, adresu zamieszkania lub numeru telefonu), ponieważ mogą one zostać wykorzystane do kradzieży Twojej tożsamości lub ataków socjotechnicznych skierowanych przeciwko Tobie i osobom z listy kontaktów.  Naucz się konfigurować ustawienia prywatności platformy mediów społecznościowych i przeczytaj jej zasady ochrony prywatności, aby zrozumieć, w jaki sposób dana firma będzie przetwarzać Twoje informacje.  Dołączaj do swojej sieci znajomych tylko osoby, które znasz osobiście. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=67_C_49)  [67\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=67_C_49) | [8] Always Follow Company Policies and Local Laws  Always Follow Company Policies and Local Laws  When talking about Abbott on social media – in both your job and personally – follow Abbott’s Code of Business Conduct, Abbott policies, and all applicable local laws.  For social media governance, refer to External Social Media Policy (MKT05) and the Brand Resource Center.  The links to these and other resources can be found in the Resources section of this course. | [8] Zawsze przestrzegaj zasad firmowych i lokalnych przepisów  Zawsze przestrzegaj zasad firmowych i lokalnych przepisów  Wypowiadając się na temat firmy Abbott w mediach społecznościowych – zarówno w ramach obowiązków służbowych, jak i prywatnie – przestrzegaj Kodeksu postępowania w biznesie Abbott, zasad firmy oraz wszystkich obowiązujących przepisów lokalnych.  W kwestii prowadzenia mediów społecznościowych zapoznaj się z Polityką dotyczącą zewnętrznych kanałów mediów społecznościowych (MKT05) oraz Centrum zasobów marki.  Linki do tych i innych zasobów można znaleźć w tym kursie w sekcji Zasoby. |
| [Screen 49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=68_C_50)  [68\_C\_50](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=68_C_50) | Finally, always be aware that any time you communicate on any media, whether it is writing an email, answering a text message, or posting on social media, you are creating a record.  Before you communicate, stop, reflect, and ask yourself: Is this really what I want to say, and is this the best way to say it? Be sure that what you are saying and the way you are saying it are in line with Abbott’s policies. | I wreszcie, należy pamiętać, że za każdym razem, gdy komunikujesz się za pomocą jakichkolwiek mediów, czy to pisząc e-mail, odpowiadając na SMS lub publikując w mediach społecznościowych, tworzysz dokument.  Przed przekazaniem komunikatu, zatrzymaj się, zastanów i zadaj sobie pytanie: Czy to faktycznie jest to, co chcę powiedzieć, i czy to jest najlepszy sposób na to? Pamiętaj, aby to, co i jak mówisz, było zgodne z polityką Abbotta. |
| [Screen 50](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=69_C_51)  [69\_C\_51](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=69_C_51) | Using Abbott-approved tools and software when communicating is another important aspect of properly managing your communications. | Innym aspektem właściwego zarządzania komunikacją jest korzystanie z zatwierdzonych przez firmę Abbott narzędzi i programów. |
| [Screen 51](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=70_C_52)  [70\_C\_52](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=70_C_52) | These tools and software should always be used in a responsible manner, and in accordance with applicable laws, Abbott’s Code of Business Conduct, and Abbott policies.  For more information on how to safeguard your communications, visit the Information Security and Risk Management (ISRM) site on Abbott World. | Z tych narzędzi i oprogramowania należy zawsze korzystać w sposób odpowiedzialny i zgodny z obowiązującym prawem, Kodeksem postępowania w biznesie Abbott oraz zasadami firmy.  Więcej informacji na temat sposobów ochrony komunikatów można znaleźć na stronie poświęconej bezpieczeństwu informacji i zarządzaniu ryzykiem (ISRM) w serwisie Abbott World. |
| [Screen 52](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=71_C_53)  [71\_C\_53](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=71_C_53) | If you have a question or concern about a communication you receive from another Abbott employee, a business partner, a customer, or anyone else connected with Abbott, it is usually best to speak to your manager first.  Your manager knows you, the work environment and is closest to the issue.  You can also contact the Office of Ethics and Compliance (OEC), Legal, Human Resources, or Public Affairs, or call our multilingual Ethics and Compliance Helpline available globally 24/7. | Jeśli masz jakieś pytania lub wątpliwości dotyczące komunikatu otrzymanego od innego pracownika Abbott, partnera biznesowego, klienta albo kogo innego powiązanego z Abbott, najlepiej zrobisz, jeśli w pierwszej kolejności porozmawiasz ze swoim przełożonym.  Kierownik zna Ciebie i Twoje środowisko pracy i znajduje się najbliżej sytuacji.  Możesz też skontaktować się z Biurem etyki i zgodności (OEC), działem prawnym, HR lub PR, lub naszą wielojęzyczną Infolinią ds. zaufania w zakresie etyki i zgodności, dostępną na całym świecie 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu. |
| [Screen 53](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=72_C_54)  [72\_C\_54](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=72_C_54) | If you have questions or concerns about protecting yourself and Abbott from potential cybersecurity risks, contact Information Security and Risk Management (ISRM).  Please refer to the Resources section of this course for links to the above resources. | W przypadku pytań lub wątpliwości dotyczących ochrony siebie i firmy Abbott przed potencjalnymi zagrożeniami związanymi z bezpieczeństwem cybernetycznym należy skontaktować się z działem ds. bezpieczeństwa informacji i zarządzania Ryzykiem (ISRM).  Linki do powyższych zasobów można znaleźć w tym kursie w sekcji Zasoby. |
| [Screen 54](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=73_C_55)  [73\_C\_55](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=73_C_55) | Certain media are more effective and appropriate than others for communicating certain types of information.  Email communications  Email is a great channel for creating and transmitting day-to-day business information. Email is not appropriate to use for sharing highly confidential information of a proprietary nature.  In person communications  Messages that are highly confidential in nature, or those requiring a lot of history and context, are best communicated in real time, either in person or over the phone.  Instant messaging (IM) and text messaging (TM)  IM and TM are great tools that can be used to provide colleagues with updates on our activities, ask a quick question, alert partners of scheduling conflicts, as well as arrange and schedule meetings. IM and TM are not appropriate channels for creating or transmitting substantive business information.  Conference calls and video conferences  Virtual meetings offer multiple benefits, but they are not suitable for discussing or sharing sensitive or confidential information.  Social media  Social media offers us a unique opportunity for direct online interactions, collaboration, and information-sharing. However, since interactions on social media are quick and dynamic and have the potential to go viral, information, views, and opinions can quickly become elevated, divulged, or misconstrued.  Abbott-approved tools  Always use Abbott-approved tools and software.  Getting support  If you have a question or concern about a communication, talk to your manager, or someone in the Office of Ethics and Compliance (OEC), Legal, Human Resources, or Public Affairs. If you have questions or concerns about protecting yourself and Abbott from potential cybersecurity risks, contact Information Security and Risk Management (ISRM). | Niektóre mechanizmy są wydajniejsze i odpowiedniejsze od innych w zakresie przekazu określonych rodzajów informacji.  Komunikacja e-mailowa  Poczta elektroniczna jest wspaniałym kanałem do tworzenia i transmisji bieżących informacji biznesowych. E-mail nie nadaje się jednak do przekazywania danych poufnych lub zastrzeżonych.  Komunikacja osobista  Komunikaty tajne lub wymagające podania szerszego kontekstu najlepiej przekazywać w czasie rzeczywistym - osobiście lub przez telefon.  Komunikatory i SMS-y  Są to znakomite narzędzia do informowania współpracowników o naszych działaniach, zadawania krótkich pytań, ostrzegania partnerów o niedopasowaniu terminarza, umawiania spotkań. Komunikatory i SMS-y nie są właściwymi kanałami do tworzenia i przesyłania merytorycznie istotnych danych finansowych.  Tele- i wideokonferencje  Spotkania wirtualne mają liczne zalety, ale nie nadają się do omawiania lub dzielenia się wrażliwymi lub poufnymi informacjami.  Media społecznościowe  Media społecznościowe oferują wyjątkową możliwość bezpośrednich interakcji online, współpracy i dzielenia się informacjami. Jednak ze względu na szybkość i dynamikę interakcji w mediach społecznościowych informacje, poglądy i opinie mogą szybko zostać wyeksponowane, rozpowszechnione lub błędnie zinterpretowane.  Narzędzia zatwierdzone przez firmę Abbott  Zawsze używaj oprogramowania i narzędzi zatwierdzonych przez firmę Abbott.  Uzyskiwanie wsparcia  W przypadku pytań lub wątpliwości dotyczących komunikacji zwróć się do swojego przełożonego lub pracownika Biura etyki i zgodności (OEC), działu prawnego, działu kadr lub działu PR. W przypadku pytań lub wątpliwości dotyczących ochrony siebie i firmy Abbott przed potencjalnymi zagrożeniami związanymi z bezpieczeństwem cybernetycznym należy skontaktować się z działem ds. bezpieczeństwa informacji i zarządzania Ryzykiem (ISRM). |
| [Screen 55](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=74_C_56)  [74\_C\_56](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=74_C_56) | Manager  If you have a question or concern about your own communication, or a communication you receive from another Abbott employee, a business partner, a customer, or anyone else connected with Abbott, the best place to start is with your manager.  Public Affairs  Contact a Public Affairs representative if you have questions about Abbott’s expectations for communicating both internally and externally while working at Abbott.  Public Affairs Website   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/PublicAffairs/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_ORG_PublicAffairs) to access the Public Affairs website on Abbott World.   Public Affairs Policies and Procedures   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/PublicAffairs/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_ORG_PublicAffairs) to access communication related policies and procedures on the Global Policy Portal on Abbott World.   Social Media Resource Center   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/crp-irpa/smrc) to access the Social Media Resource Center on Abbott World for tools to help guide you while using social media at Abbott. The External Social Media Policy (MKT05) can be found in the Social Media Resource Center.   Human Resources (HR)  Contact a Human Resources representative for employee-related issues, including your concerns about interactions with other Abbott employees or anyone else connected with Abbott.  Human Resources Website   * Click [here](http://myhr.abbott.com/) to access the myHR Portal on Abbott World.   Human Resources Policies and Procedures – The following global HR policies describe conduct prohibited in the workplace: Workplace Harassment (C-111) and Violence (C-113).   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/myhr/US-EN/pages/global-hr-policies.aspx) to access the above policies on Abbott World.   Legal  Contact the Legal Division with questions or concerns about legal implications of careless communication.  Legal Website   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/Legal) to access the Legal website on Abbott World. The [Legal Hold Information](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/Legal/LHO/Pages/default.aspx) page on the Legal website provides important information about employee compliance with Legal Hold Orders (LHOs).   Legal Policies and Procedures – Refer to Legal policies and procedures for requirements related to confidential information, antitrust, and other legal matters.   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/GlobalPolicy/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_RES_GlobalPolicies) to access Legal policies and procedures on the Global Policy Portal on Abbott World.   Information Governance Resources   * For important policies, procedures, and resources on information and records management, Abbott employees should visit the [Information Governance](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/infogov) website on Abbott World.   Office of Ethics and Compliance (OEC)  The OEC is a global resource available to address your questions or concerns about our company’s values and standards of conduct.  OEC Website – Refer to the OEC website for answers to a variety of compliance questions.   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance/Pages/Home.aspx) to access the OEC website on Abbott World.   OEC Policies and Procedures – For our company’s global and country-specific OEC policies and procedures:   * Abbott employees should visit [iComply](https://icomply.abbott.com/Default.aspx).   OEC Contacts – You are encouraged to contact the OEC at any time with any ethics and compliance questions, or to discuss concerns about possible violations of our written standards, laws, or regulations.   * Visit the [Contact OEC](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance/About/Pages/Contacts.aspx) page on the [OEC website](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance) on Abbott World.   Ethics and Compliance Helpline – Visit our multilingual Ethics and Compliance [“Speak Up” Helpline](http://speakup.abbott.com/) to voice your concerns about a potential violation of our company’s values and standards of conduct. The Helpline is available 24 hours a day, 7 days a week and allows you to submit concerns online or by calling an operator who speaks your language. You can also email [investigations@abbott.com](mailto:investigations@abbott.com) to report a potential violation. | Kierownik  Jeśli masz jakieś pytania lub wątpliwości dotyczące własnej komunikacji lub komunikatu otrzymanego od innego pracownika Abbott, partnera biznesowego, klienta albo kogo innego powiązanego z Abbott, najlepiej zrobisz, jeśli w pierwszej kolejności porozmawiasz ze swoim przełożonym.  Dział PR  Skontaktuj się z przedstawicielem działu PR, jeśli masz pytania dotyczące oczekiwań firmy Abbott w zakresie komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej podczas trwania stosunku pracy w Abbott.  Strona internetowa działu PR   * Kliknij [tutaj](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/PublicAffairs/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_ORG_PublicAffairs), aby przejść na stronę działu PR w serwisie Abbott World.   Zasady i procedury działu PR   * Kliknij [tutaj](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/PublicAffairs/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_ORG_PublicAffairs), aby uzyskać dostęp do zasad i procedur związanych z komunikacją na portalu globalnych polityk w serwisie Abbott World.   Centrum zasobów w zakresie mediów społecznościowych   * Kliknij [tutaj](https://abbott.sharepoint.com/sites/crp-irpa/smrc), aby przejść do Centrum zasobów w zakresie mediów społecznościowych w serwisie Abbott World, gdzie znajdują się narzędzia pomocne w korzystaniu z mediów społecznościowych w firmie Abbott. *Politykę dotyczącą zewnętrznych kanałów mediów społecznościowych (MKT05)* można znaleźć w Centrum zasobów w zakresie mediów społecznościowych.   Dział kadr (HR)  W sprawach związanych z pracownikami, w tym dotyczących interakcji z innymi pracownikami Abbott lub innymi osobami związanymi z Abbott, należy kontaktować się z przedstawicielem działu HR.  Strona internetowa działu HR   * Kliknij [tutaj](http://myhr.abbott.com/), aby uzyskać dostęp do portalu myHR w serwisie Abbott World.   Zasady i procedury kadrowe – W poniższych globalnych zasadach HR opisano zachowania zabronione w miejscu pracy: *Mobbing i molestowanie w miejscu pracy (C-111)* i *Przemoc w miejscu pracy (C-113)*.   * Kliknij [tutaj](https://abbott.sharepoint.com/sites/myhr/US-EN/pages/global-hr-policies.aspx), aby uzyskać dostęp do powyższych polityk w serwisie Abbott World.   Dział Prawny  Skontaktuj się z działem prawnym, jeśli masz pytania lub wątpliwości dotyczące prawnych konsekwencji nieuważnej komunikacji.  Strona internetowa działu prawnego   * Kliknij [tutaj](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/Legal), aby uzyskać dostęp do strony działu prawnego w serwisie Abbott World. Strona [Legal Hold Information](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/Legal/LHO/Pages/default.aspx) w witrynie działu prawnego jest źródłem informacji dot. przestrzegania przez pracowników wymogów związanych z prawnym obowiązkiem przechowywania dokumentacji.   Zasady i procedury prawne – W Polityce i procedurach prawnych znajdują się wymagania dotyczące informacji poufnych, kwestii antymonopolowych i zagadnień prawnych.   * Kliknij [tutaj](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/GlobalPolicy/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_RES_GlobalPolicies), aby uzyskać dostęp do zasad i procedur prawnych na portalu globalnych polityk w serwisie Abbott World.   Zasoby w zakresie zarządzania informacjami   * Istotne zasady, procedury i zasoby dotyczące zarządzania informacjami i dokumentacją pracownicy firmy mogą znaleźć na stronie internetowej [Zarządzanie informacjami](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/infogov) w serwisie Abbott World.   Biuro Etyki i Zgodności (OEC)  Biuro Etyki i Zgodności jest globalnym organem, do którego możesz zgłosić swoje pytania lub wątpliwości związane z wartościami i normami postępowania firmy.  Strona internetowa biura OEC – Na stronie internetowej Biura ds. etyki i zgodności znajdziesz odpowiedzi na rozmaite pytania w sprawie etyki i zgodności.   * Kliknij [tutaj](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance/Pages/Home.aspx), aby uzyskać dostęp do strony biura OEC w serwisie Abbott World.   Zasady i procedury biura OEC – W celu zapoznania się z globalnymi i krajowymi politykami oraz procedurami OEC naszej firmy:   * pracownicy firmy Abbott powinni odwiedzić [iComply](https://icomply.abbott.com/Default.aspx).   OEC — kontakt — Zachęcamy do kontaktowania się z Biurem Etyki i Zgodności w dowolnym czasie w sprawie jakichkolwiek pytań związanych z kwestiami etyczno-zgodnościowymi lub w celu omówienia wątpliwości dotyczących możliwych naruszeń naszych pisanych norm, zasad i regulacji.   * Odwiedź stronę [Kontakt OEC](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance/About/Pages/Contacts.aspx) na [witrynie OEC](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance) w serwisie Abbott World.   Infolinia ds. zaufania w zakresie etyki i zgodności – Skorzystaj z naszej wielojęzycznej [Infolinii „Zabierz głos”](http://speakup.abbott.com/) w zakresie etyki i zgodności, aby wyrazić swoje obawy dotyczące potencjalnego naruszenia wartości i standardów postępowania naszej firmy. Infolinia ta jest dostępna przez 24 godziny, 7 dni w tygodniu i pozwala na przesyłanie problemów przez Internet lub skontaktowanie się z operatorem mówiącym w języku osoby zgłaszającej. Możesz napisać e-mail na adres [investigations@abbott.com](mailto:investigations@abbott.com), aby zgłosić potencjalne naruszenie. |
| [Screen 56](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=75_C_57)  [75\_C\_57](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=75_C_57) | Quick Reference Cards  Click [here](../Translation_Tables/reference/Quick_Reference.pdf) to review summaries of each section of this course.  Course Transcript  Click [here](../Translation_Tables/reference/Transcript.pdf) for a full transcript of the course. | Karty referencyjne  Kliknij [tutaj](reference/Quick_Reference.pdf), aby przejrzeć podsumowanie każdej części tego kursu.  Transkrypt kursu  Kliknij [tutaj](reference/Transcript.pdf), aby wyświetlić pełny transkrypt kursu. |
| Screen 57  Activity: Introduction  76\_C\_58 | The Knowledge Check that follows consists of 10 questions. You must score 80% or higher to successfully complete this course. If you haven’t done so already, take a few minutes to review the Quick Reference Cards for each section. When you are ready, click the Knowledge Check button. | Poniższy Sprawdzian wiedzy składa się z 10 pytań. Zaliczenie kursu wymaga uzyskania wyniku na poziomie co najmniej 80% poprawnych odpowiedzi. Jeśli jeszcze tego nie zrobiłeś/aś, poświęć kilka minut, aby przejrzeć Karty szybkiego dostępu dla każdej sekcji. Gdy będziesz gotowy/-a, kliknij przycisk **Sprawdzian wiedzy**. |
| Screen 58  Question 1: Scenario  77\_C\_59 | When talking about Abbott, its brands, or its products on social media, you should clearly disclose your connection to Abbott. | Wypowiadając się na temat firmy Abbott, jej marek lub produktów w mediach społecznościowych, należy wyraźnie ujawnić swoje powiązanie z firmą. |
| Screen 58  Question 1: Options  78\_C\_59 | [1] True.  [2] False. | [1] Prawda.  [2] Fałsz. |
| Screen 58  Question 1: Feedback  79\_C\_59 | When talking about Abbott, its brands, or its products on social media, be sure to clearly disclose your connection to Abbott. This helps ensure that everyone in your social network understands that you have a vested interest in Abbott.  For more information about the correct answer, see Section 3.2, Selecting the Right Channel. | Wypowiadając się na temat firmy Abbott, jej marek lub produktów w mediach społecznościowych, należy wyraźnie ujawnić swoje powiązanie z firmą. Dzięki temu każdy w Twojej sieci społecznościowej będzie wiedział, że wiąże Cię z Abbott bliższa relacja.  Aby uzyskać więcej informacji na temat poprawnej odpowiedzi, zobacz *Część 3.2, Wybór najlepszego kanału.* |
| Screen 58  Question 2: Scenario  80\_C\_59 | In order to help ensure the meaning of your message is as clear as possible, you should:  Check all that apply. | Aby Twój komunikat był jak najbardziej zrozumiały, należy:  Zaznacz wszystkie pasujące odpowiedzi. |
| Screen 58  Question 2: Options  81\_C\_59 | [1] Use clear, precise, and unambiguous language.  [2] Check to make sure you have provided sufficient context.  [3] Avoid using legal terms unless you are a lawyer and have been authorized to provide a legal opinion.  [4] Avoid the use of emojis and emoticons. | [1] Używać klarownego, precyzyjnego i jednoznacznego języka.  [2] Zastanowić się, czy został odpowiednio nakreślony kontekst.  [3] Unikać terminów prawniczych, chyba, że jest się prawnikiem i zostało się upoważnionym do wydania opinii prawnej.  [4] Unikać emotikonów. |
| Screen 58  Question 2: Feedback  82\_C\_59 | To help ensure the meaning of your message is as clear as possible, you should:   * Use clear, precise, and unambiguous language; * Check to make sure you have provided sufficient context; * Avoid using legal terms unless you are a lawyer and have been authorized to provide a legal opinion; and * Avoid the use of emojis and emoticons.   For more information about the correct answer, see Section 2.3, Using Clear, Precise Language | Aby Twój komunikat był jak najbardziej zrozumiały, należy:   * Używać klarownego, precyzyjnego i jednoznacznego języka; * Zastanowić się, czy został odpowiednio nakreślony kontekst; * Unikać terminów prawniczych, chyba, że jest się prawnikiem i zostało się upoważnionym do wydania opinii prawnej; oraz * Unikać emotikonów.   Aby uzyskać więcej informacji na temat poprawnej odpowiedzi, zobacz *Część 2.3, Używanie klarownego i precyzyjnego języka* |
| Screen 58  Question 3: Scenario  83\_C\_59 | When is it appropriate to include personal opinions in business communications? | Kiedy można dodawać osobiste opinie do komunikatów biznesowych? |
| Screen 58  Question 3: Options  84\_C\_59 | [1] Never. There is never a place for personal opinions in business communications.  [2] Only when communicating face-to-face or via phone.  [3] Anytime, as long as you make it clear that you are stating an opinion and not presenting a fact.  [4] Only when communicating with close work colleagues. | [1] Nigdy. W komunikatach biznesowych nie ma miejsca na osobiste opinie.  [2] Tylko w komunikacji bezpośredniej lub telefonicznej.  [3] Zawsze, pod warunkiem, że wyraźnie zaznaczysz, że wyrażasz opinię, a nie przedstawiasz fakt.  [4] Tylko w przypadku komunikowania się z bliskimi współpracownikami. |
| Screen 58  Question 3: Feedback  85\_C\_59 | It is okay to express personal opinions in business communications, as long as you make it clear that you are expressing your opinion and not presenting a fact.  For more information about the correct answer, see Section 2.4, Avoiding Presenting Opinions as Facts. | Wyrażanie osobistych opinii w komunikacji biznesowej jest dopuszczalne, o ile wyraźnie zaznaczysz, że przedstawiasz swoją opinię, a nie fakt.  Aby uzyskać więcej informacji na temat poprawnej odpowiedzi, zobacz *Część 2.4, Unikanie prezentowania opinii jako faktów.* |
| Screen 58  Question 4: Scenario  86\_C\_59 | Messages requiring a lot of history and context are best communicated via electronic channels. | Komunikaty wymagające historii i szerokiego kontekstu najlepiej przekazywać kanałami elektronicznymi. |
| Screen 58  Question 4: Options  87\_C\_59 | [1] True.  [2] False. | [1] Prawda.  [2] Fałsz. |
| Screen 58  Question 4: Feedback  88\_C\_59 | Messages requiring a lot of history and context are best communicated in real time, either in person or over the phone.  For more information about the correct answer, see Section 3.2, Selecting the Right Channel. | Komunikaty wymagające historii lub podania szerszego kontekstu najlepiej przekazywać w czasie rzeczywistym – osobiście lub przez telefon.  Aby uzyskać więcej informacji na temat poprawnej odpowiedzi, zobacz *Część 3.2, Wybór najlepszego kanału.* |
| Screen 58  Question 5: Scenario  89\_C\_59 | Which of the following are pitfalls you should avoid in your business communications?  Check all that apply. | Których z poniższych pułapek należy unikać w komunikacji biznesowej?  Zaznacz wszystkie pasujące odpowiedzi. |
| Screen 58  Question 5: Options  90\_C\_59 | [1] Imagining how others are likely to interpret what you are saying.  [2] Using secretive and conspiratorial tones.  [3] Adjusting your choice of words, tone, and body language to your audience.  [4] Using jokes and sarcasm to insert some fun in your communications. | [1] Wyobrażanie sobie, jak inni prawdopodobnie zinterpretują to, co mówisz.  [2] Używanie tajemniczych i konspiracyjnych tonów.  [3] Dostosowywanie doboru słów, tonu głosu i mowy ciała do odbiorców.  [4] Używanie żartów i sarkazmu, aby wprowadzić element humoru do komunikacji. |
| Screen 58  Question 5: Feedback  91\_C\_59 | Sarcastic, ironic, and humorous tones are often misinterpreted in business communications.  This is especially true in written communications, where visual cues (such as body language) and aural cues (such as vocal inflections) are absent. Misperceptions can also be caused by the use of secretive and conspiratorial tones and language.  For more information about the correct answer, see 2.5, Regulating Your Tone. | Ton sarkastyczny, ironiczny i humorystyczny nie zawsze spotyka się ze zrozumieniem w komunikacji biznesowej.  Dotyczy to zwłaszcza komunikacji na piśmie, gdzie nie ma znaków wizualnych (np. języka ciała) i słuchowych (np. modulacji głosu). Przyczyną błędnego odbioru mogą być również tony przywołujące na myśl tajemnicę, sekret i konspirację.  Więcej informacji na temat prawidłowej odpowiedzi można znaleźć w punkcie *2.5, Kontrola tonu głosu*. |
| Screen 58  Question 6: Scenario  92\_C\_59 | As long as you enable the privacy settings on a social media site, your comments and content will never be viewed by others. | Jeśli uruchomisz ustawienia prywatności na stronach mediów społecznościowych, Twoje komentarze i treści pozostaną niewidoczne dla nieuprawnionych osób. |
| Screen 58  Question 6: Options  93\_C\_59 | [1] True.  [2] False. | [1] Prawda.  [2] Fałsz. |
| Screen 58  Question 6: Feedback  94\_C\_59 | Comments and content originally intended for only family and friends can often be viewed by others on social media, even if your privacy settings are enabled.  For more information about the correct answer, see Section 3.2, Selecting the Right Channel. | Komentarze i treści, które miały być tylko dla rodziny i przyjaciół są często przeglądane przez inne osoby w mediach społecznościowych, nawet jeśli uruchomiono ustawienia prywatności.  Aby uzyskać więcej informacji na temat poprawnej odpowiedzi, zobacz *Część 3.2, Wybór najlepszego kanału.* |
| Screen 58  Question 7: Scenario  95\_C\_59 | Which of the following are effective ways of controlling your emotions when communicating?  Check all that apply. | Które z poniższych sposobów są skuteczne w kontrolowaniu emocji podczas komunikacji?  Zaznacz wszystkie pasujące odpowiedzi. |
| Screen 58  Question 7: Options  96\_C\_59 | [1] Using neutral language.  [2] Avoiding the use of emotionally loaded terms.  [3] Never sending a message when you are upset. | [1] Używanie neutralnego języka.  [2] Unikanie terminów nacechowanych emocjonalnie.  [3] Niewysyłanie wiadomości, będąc zdenerwowanym. |
| Screen 58  Question 7: Feedback  97\_C\_59 | It is important to control your emotions when communicating in a business environment:   * Always use neutral language. * Avoid emotionally loaded terms. * Never send a message when you are upset.   For more information about the correct answer, see Section 2.6, Controlling Your Emotions. | Ważne jest, aby kontrolować emocje podczas komunikowania się w środowisku biznesowym:   * Używaj zawsze neutralnego języka. * Unikaj słów nacechowanych emocjonalnie. * Nigdy nie wysyłaj wiadomości, będąc zdenerwowanym.   Aby uzyskać więcej informacji na temat poprawnej odpowiedzi, zobacz *Część 2.6, Kontrolowanie emocji.* |
| Screen 58  Question 8: Scenario  98\_C\_59 | Which of the following would be appropriate to send via instant messaging? | Który z wymienionych poniżej dokumentów można śmiało wysłać przez komunikator? |
| Screen 58  Question 8: Options  99\_C\_59 | [1] Sales information.  [2] An alert of a scheduling conflict.  [3] A performance evaluation.  [4] Potentially hiring a doctor for an educational event. | [1] Informacje sprzedażowe.  [2] Alert o konflikcie w kalendarzu.  [3] Ocena wydajności.  [4] Potencjalne zatrudnienie lekarza na wydarzenie edukacyjne. |
| Screen 58  Question 8: Feedback  100\_C\_59 | Instant messaging (IM) is a great tool that can be used to provide colleagues with updates on our activities, ask a quick question, alert partners of scheduling conflicts, as well as arrange and schedule meetings. IM is not, however, an appropriate channel for creating or transmitting substantive business information, such as sales information, performance reviews, or discussions about whether HCPs should be engaged for services/events.  For more information about the correct answer, see Section 3.2, Selecting the Right Channel. | Komunikator to znakomite narzędzie do informowania współpracowników o naszych działaniach, zadawania krótkich pytań, ostrzegania partnerów o niedopasowaniu terminarza, umawiania spotkań. Komunikator nie jest jednak odpowiednim kanałem do tworzenia lub przekazywania istotnych informacji biznesowych, takich jak informacje sprzedażowe, oceny wydajności lub dyskusje na temat tego, czy zaangażować jakiegoś pracownika służby zdrowia do udziału w wydarzeniu/świadczenia usług.  Aby uzyskać więcej informacji na temat poprawnej odpowiedzi, zobacz *Część 3.2, Wybór najlepszego kanału.* |
| Screen 58  Question 9: Scenario  101\_C\_59 | Communications related to Abbott business may be conducted using home computers and personal email addresses, provided you are careful not to disclose confidential or proprietary information. | Komunikacja związana z działalnością Abbott może być prowadzona przy użyciu prywatnych komputerów i adresów e-mail, pod warunkiem, że nie ujawnia się informacji poufnych lub zastrzeżonych. |
| Screen 58  Question 9: Options  102\_C\_59 | [1] True.  [2] False. | [1] Prawda.  [2] Fałsz. |
| Screen 58  Question 9: Feedback  103\_C\_59 | Communications related to Abbott business should only be done via the devices, software, and tools approved by Abbott.  For more information about the correct answer, see Section 3. 3, Using the Right Tools. | Komunikaty dotyczący działalności Abbott można przekazywać wyłącznie przy pomocy urządzeń, programów i narzędzi zatwierdzonych przez Abbott.  Aby uzyskać więcej informacji na temat poprawnej odpowiedzi, zobacz *Część 3. 3. Korzystanie z odpowiednich narzędzi* |
| Screen 58  Question 10: Scenario  104\_C\_59 | Which of the following messages are examples of careful communications:  Check all that apply. | Które z poniższych komunikatów są przykładami starannej komunikacji:  Zaznacz wszystkie pasujące odpowiedzi. |
| Screen 58  Question 10: Options  105\_C\_59 | [1] We need to do whatever it takes to get Dr. Smith’s business.  [2] Dr. Smith is a key opinion leader in the therapy area and a great communicator. We should make sure he is on our call plans and knows about the benefits of our products.  [3] We need to block our competitors.  [4] We need to plan for the competition. | [1] Musimy zrobić wszystko, co w naszej mocy, by dr Smith został naszym klientem.  [2] Dr Smith jest ekspertem w dziedzinie terapii i świetnym rozmówcą. Musimy uwzględniać go w naszych harmonogramach wizyt, aby przekazać mu informacje o atutach naszych produktów.  [3] Musimy powstrzymać naszych konkurentów.  [4] Musimy zaplanować, jak będziemy rywalizować z konkurencją. |
| Screen 58  Question 10: Feedback  106\_C\_59 | Careful communication requires the use of clear, concise, unambiguous language. The statement, “We need to do whatever it takes to get Dr. Smith’s business,” is vague and open to potential negative interpretations. You should consider rephrasing using clear, unambiguous language: “Dr. Smith is a key opinion leader in the therapy area and a great communicator. We should make sure he is on our call plans and knows about the benefits of our products.” Likewise, the statement, “We need to block our competitors,” could be misconstrued as a restriction of trade. A more precise, less ambiguous statement is, “We need to plan for the competition.”  For more information about the correct answer, see Section 2.3, Using Clear, Precise Language. | Staranna komunikacja wymaga używania klarownego, zwięzłego i jednoznacznego języka. Stwierdzenie „Musimy zrobić wszystko, co w naszej mocy, by dr Smith został naszym klientem”, jest nieprecyzyjne i otwiera pole do potencjalnych negatywnych interpretacji Należy rozważyć przeformułowanie tego zdania przy użyciu jasnego, jednoznacznego języka: „Dr Smith jest ekspertem w dziedzinie terapii i świetnym rozmówcą. Musimy uwzględniać go w naszych harmonogramach wizyt, aby przekazać mu informacje o atutach naszych produktów”. Podobnie stwierdzenie „Musimy powstrzymać naszych konkurentów” mogłyby zostać błędnie zinterpretowane jako działanie na rzecz ograniczenia handlu. Bardziej precyzyjne, mniej dwuznaczne zdanie, brzmi: „Musimy zaplanować, jak będziemy rywalizować z konkurencją”.  Aby uzyskać więcej informacji na temat poprawnej odpowiedzi, zobacz *Część 2.3, Używanie klarownego i precyzyjnego języka.* |
| Screen 58  107\_C\_59 | All questions remain unanswered | Wszystkie pytania pozostają bez odpowiedzi |
| Screen 59  Activity: Overall Feedback  108\_C\_60 | No results are available, as you have not completed the Knowledge Check.  Congratulations! You have successfully passed the Knowledge Check and completed the course.  Please review your results below by clicking on each question.  Once you are done, you must click the Exit [X] button in the course title bar before closing your browser window or browser tab.  Sorry, you did not pass the Knowledge Check. Take a few minutes to review your results below by clicking on each question.  When you are done, click the Retake Knowledge Check button. | Brak dostępnych wyników, gdyż nie ukończyłeś/-aś Sprawdzianu wiedzy.  Gratulacje! Zaliczyłeś/-aś Sprawdzian wiedzy i ukończyłeś/-aś kurs.  Klikaj poszczególne pytania, by przejrzeć swoje wyniki.  Po przejrzeniu wyników kliknij przycisk **Zakończ [X]** na pasku tytułowym szkolenia przed zamknięciem okna przeglądarki.  Niestety nie zaliczyłeś/-aś Sprawdzianu wiedzy. Przeznacz kilka minut, by przejrzeć swoje wyniki, klikając każde pytanie.  Po przejrzeniu wyników kliknij przycisk **Podejdź ponownie do sprawdzianu wiedzy**. |
| 109\_toc\_1 | Introduction | Wprowadzenie |
| 110\_toc\_2 | Welcome | Witamy |
| 111\_toc\_3 | Objectives | Cele |
| 112\_toc\_4 | Tutorial | Instruktaż |
| 113\_toc\_5 | Crafting Your Message Carefully | Staranne formułowanie komunikatu |
| 114\_toc\_6 | Overview | Przegląd |
| 115\_toc\_7 | Considering Your Audience | Uwzględnienie odbiorcy komunikatu |
| 116\_toc\_8 | Using Clear, Precise Language | Używanie jasnego, precyzyjnego języka |
| 117\_toc\_9 | Avoiding Presenting Opinions as Facts | Unikanie przedstawiania opinii jako faktów |
| 118\_toc\_10 | Regulating Your Tone | Kontrolowanie tonu głosu |
| 119\_toc\_11 | Controlling Your Emotions | Kontrolowanie emocji |
| 120\_toc\_12 | Crafting Your Message Carefully: Quick Reference | Staranne formułowanie komunikatu: Kompendium |
| 121\_toc\_13 | Managing Communications Responsibly | Odpowiedzialne zarządzanie komunikacją |
| 122\_toc\_14 | Overview | Przegląd |
| 123\_toc\_15 | Selecting the Right Channel | Wybieranie właściwego kanału |
| 124\_toc\_16 | Using the Right Tools | Korzystanie z odpowiednich narzędzi |
| 125\_toc\_17 | Where to Go for Support | Gdzie szukać pomocy |
| 126\_toc\_18 | Managing Communications Responsibly: Quick reference | Odpowiedzialne zarządzanie komunikacją: Kompendium |
| 127\_toc\_19 | Resources | Zasoby |
| 128\_toc\_20 | Where to Get Help | Gdzie uzyskać pomoc |
| 129\_toc\_21 | Reference Material | Materiały referencyjne |
| 130\_toc\_22 | Knowledge Check | Sprawdzian wiedzy |
| 131\_toc\_23 | Introduction | Wprowadzenie |
| 132\_toc\_24 | Knowledge Check | Sprawdzian wiedzy |
| 133\_toc\_25 | Question 1 | Pytanie 1 |
| 134\_toc\_26 | Question 2 | Pytanie 2 |
| 135\_toc\_27 | Question 3 | Pytanie 3 |
| 136\_toc\_28 | Question 4 | Pytanie 4 |
| 137\_toc\_29 | Question 5 | Pytanie 5 |
| 138\_toc\_30 | Question 6 | Pytanie 6 |
| 139\_toc\_31 | Question 7 | Pytanie 7 |
| 140\_toc\_32 | Question 8 | Pytanie 8 |
| 141\_toc\_33 | Question 9 | Pytanie 9 |
| 142\_toc\_34 | Question 10 | Pytanie 10 |
| 143\_toc\_35 | Feedback | Informacje zwrotne |
| 144\_string\_1 | The Course cannot contact the LMS. Click 'OK' to continue and review the course. Note, Course Certification may not be available. Click 'Cancel' to exit | Kurs nie może połączyć się z LMS. Kliknij przycisk „OK”, aby kontynuować i przejrzeć ponownie kurs. Uwaga: karta certyfikacyjna kursu może być niedostępna. Kliknij przycisk „Anuluj”, aby wyjść |
| 145\_string\_2 | All questions remain unanswered | Wszystkie pytania pozostają bez odpowiedzi |
| 146\_string\_3 | Questions | Pytania |
| 147\_string\_4 | Question | Pytanie |
| 148\_string\_5 | not answered | bez odpowiedzi |
| 149\_string\_6 | That's correct! | To jest poprawna odpowiedź! |
| 150\_string\_7 | That's not correct! | To nie jest poprawna odpowiedź! |
| 151\_string\_8 | Feedback: | Informacje zwrotne: |
| 152\_string\_9 | Careful Communication | Staranna komunikacja |
| 153\_string\_10 | Knowledge Check | Sprawdzian wiedzy |
| 154\_string\_11 | Submit | Prześlij |
| 155\_string\_12 | Retake Knowledge Check | Podejdź ponownie do Sprawdzianu wiedzy |
| 156\_string\_13 | Course Description: Careful communication is key to building, maintaining, and protecting Abbott’s reputation. The aim of this course is to demonstrate how language, tone, and emotion play a significant role in how business communications are received and interpreted, and to provide guidance on how to select the most appropriate channel and tools to communicate your message. This course will take approximately 35-40 minutes to complete. | Opis kursu: Staranna komunikacja jest kluczem do budowania, utrzymywania i ochrony reputacji firmy Abbott. Celem tego kursu jest pokazanie, jak język, ton głosu i emocje odgrywają znaczącą rolę w odbiorze i interpretacji komunikatów w środowisku biznesowym, a także dostarczenie wskazówek, jak wybrać najbardziej odpowiedni kanał i narzędzia do przekazania komunikatu. Przejście tego kursu zajmie około 35–40 minut. |
| 157\_string\_14 | Table of Contents | Spis treści |
| 158\_string\_15 | Where to Get Help | Gdzie uzyskać pomoc |
| 159\_string\_16 | Reference Material | Materiały referencyjne |
| 160\_string\_17 | Audio | Materiały audio |
| 161\_string\_18 | Exit | Wyjdź |
| 162\_string\_19 | Close | Zamknij |