**KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Kierunek: Bezpieczeństwo wewnętrzne** | | **Specjalność:** | | | |
| **Nazwa przedmiotu:**  **Komunikacja społeczna** | | **Kod przedmiotu:** | | | |
| **Moduł wyboru ograniczonego** | | **Poziom studiów:**  **licencjat** | **Rok studiów:**  **3** | **Semestr:**  **6** | **Tryb: niestacjonarny** |
| **Liczba godzin: 14** | | **Liczba punktów ECTS: 2** | | | |
| **Tytuł, imię i nazwisko; adres e-mailowy wykładowcy/wykładowców:**  Dr Katarzyna Mikurenda; k.mikurenda@uniwersytetkaliski.edu.pl | | | | | |
| **Informacje szczegółowe** | | | | | |
| **Cele przedmiotu** | | | | | |
| **C1** przyswoić wiedzę dotyczącą procesu komunikowania się, jego specyfiki w różnych sytuacjach i kontekstach . | | | | | |
| **C2** opanować umiejętności praktycznego wykorzystania koncepcji , metod, technik i narzędzi komunikacji społecznej i interpersonalnej | | | | | |
| **C3** zdobyć umiejętności tworzenia przekazów do różnych grup adresatów | | | | | |
| **Wymagania wstępne w zakresie wiedzy,**  **Umiejętności, kompetencji społecznych** | |  | | | |
| **Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych** | | | | | |
| **Efekty uczenia się:** | **Po zrealizowaniu przedmiotu**  **i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student:** | | | **Odniesienie**  **do celów**  **przedmiotu** | **Odniesienie**  **do efektów uczenia się**  **dla programu:** |
| **EU1** | Posiada wiedzę o istocie, roli i prawidłowościach dotyczących procesu komunikowania się. | | | **C1** | **K\_W10** |
| **EU2** | Zna wybrane koncepcje, metody, techniki i narzędzia komunikowania interpersonalnego i społecznego. Rozumie mechanizmy i znaczenie komunikacji w zarządzaniu przedsiębiorstwem. | | | **C1, C2** | **K\_W10** |
| **EU3** | W sposób praktyczny tworzy różnorodne formy komunikacji z otoczeniem wykorzystując poznane koncepcje, metody, techniki i narzędzia. Potrafi dyskutować, zabierać głos publicznie oraz przygotować przemówienie. | | | **C2,C3** | **K\_U13**  **K\_U14**  **K\_K01**  **K\_K02**  **K\_K03** |
| **EU4** | Potrafi zróżnicować przekaz i narzędzia komunikacji w zależności od jego odbiorców. | | | **C2, C3** | **K\_U13**  **K\_U14**  **K-K01**  **K-K02**  **K\_K03** |
| **Treści programowe** | | | | | |
| **Treści**  **programowe** | **Forma zajęć** | | | **Liczba**  **Godzin** | **Odniesienie**  **do efektów uczenia** |
|  | **Laboratoria** | | |  |  |
| **TP1** | Komunikacja werbalna i pozawerbalna. Znaczenie gestów w komunikacji. | | | 2 | **EU1,EU2,EU3** |
| **TP2** | Techniki skutecznej komunikacji. | | | 1 | **EU2, EU3,EU4** |
| **TP3** | Style w komunikacji. Test diagnozujący „W jaki sposób komunikujesz się”. Analiza przypadków, praca w grupach | | | 2 | **EU2, EU3,EU4** |
| **TP3** | Perswazja w komunikacji. Komunikacja formalna  Tworzenie pism z technikami perswazji. | | | 1 | **EU1,EU2, EU3, EU4** |
| **TP4** | Rola mediów w komunikacji. Przebieg konferencji prasowej; organizacja i inscenizacja – praca w grupach | | | 3 | **EU2, EU3, EU4** |
| **TP5** | Komunikowanie się w organizacji – komunikowanie pionowe i poziome; bariery, wady i zalety. Etykieta w komunikacji biznesowej. | | | 2 | **EU2, EU3, EU4** |
| **TP6** | Wystąpienie publiczne. Zasady i reguły tworzenia. Sztuka i etyka przemawiania. | | | 1 | **EU1,EU2, EU3, EU4** |
| **TP7** | Konflikt i emocje w komunikacji. Reguły postępowania. Reguły Cialdiniego. Odgrywanie scenek. | | | 1 | **EU1,EU2, EU3, EU4** |
| **TP8** | Komunikacja w różnych kontekstach społecznych, politycznych, kulturowych | | | 1 | **EU1,EU2, EU3, EU4** |
|  | Razem | | | 14 |  |
| **Narzędzia dydaktyczne** | | | | | |
| 1. Sala wykładowa z wyposażeniem multimedialnym 2. Testy diagnozujące | | | | | |
| **Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się** | | | | | |
| **Efekt**  **uczenia się** | **Forma weryfikacji i walidacji efektów uczenia się** | | | | |
| **Wiedza faktograficzna** | **Wiedza praktyczna**  **Umiejętności praktyczne** | **Umiejętności kognitywne** | | **Kompetencje społeczne,**  **postawy** |
| **EU1** | **X** |  | **X** | |  |
| **EU2** | **X** |  | **X** | | **X** |
| **EU3** |  | **X** | **X** | | **X** |
| **EU4** |  | **X** | **X** | | **X** |
| **Kryteria oceny osiągnięcia efektów uczenia się** | | | | | |
| **F – formujące** | |  | | | |
| F1. Analiza konkretnych przypadków  F2. Dyskusja  F3 Symulacje działań i odgrywanie ról  F.4.Testy diagnozujące | | | | | |
| P – podsumowujące | |  | | | |
| P1. Dyskusja podsumowująca  P2.Opracowanie różnych form komunikacji i praktycznych symulacji. Prezentacja i ocena wypracowanych zadań indywidualnych i grupowych na forum grupy. | | | | | |
| **Skala ocen** | | | | | |
| **Ocena:** | **Poziom wiedzy, umiejętności, kompetencji personalnych i społecznych:** | | | | |
| 5,0 | - znakomita wiedza, umiejętności, kompetencje personalne i społeczne | | | | |
| 4,5 | - bardzo dobra wiedza, umiejętności, kompetencje personalne i społeczne | | | | |
| 4,0 | - dobra wiedza, umiejętności, kompetencje personalne i społeczne | | | | |
| 3,5 | - zadowalająca wiedza, umiejętności, kompetencje personalne i społeczne, ale ze znaczącymi   niedociągnięciami | | | | |
| 3,0 | - zadowalająca wiedza, umiejętności, kompetencje personalne i społeczne, ale z licznymi   błędami | | | | |
| 2,0 | - niezadowalająca wiedza, umiejętności, kompetencje personalne i społeczne | | | | |
| **Forma zakończenia:** zaliczenie pisemne | | | | | |
| **Obciążenie pracą studenta** | | | | | |
| **Forma aktywności** | | | | | |
| 1. Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim: 14 2. Przygotowanie się do zajęć: 60   SUMA: 74 | | | | | |
| **Literatura** | | | | | |
| **Podstawowa**   1. red. Maliszewski W.J, Czerwiński K, Paluch H. „Komunikacja społeczna w zarządzaniu -proces komunikowania w relacjach międzyosobowych” Gnieźnieńska Szkoła Wyższa , Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2012 2. Cialdini R., *Wywieranie wpływu na ludzi*, Gdańsk 2023 3. red. M. Rydel ,Komunikacja marketingowa, **Wyd. Ośrodek Doradztwa i Doskonalenia Kadr, Gdańsk 2001** 4. red. K. Wolny -Zmorzyński, W. Furman, J. Snopek, K. Groń „ Komunikacja wizualna w prasie i mediach elektronicznych” Wydawnictwo Poltext sp. z o.o., Warszawa 2013 5. red. H. Mruk *,Komunikowanie się w marketingu*, PWE, Warszawa 2004 6. M. Cenkler *,Public relations,* Warszawa 2006 7. Z. Nęcki, *Negocjacje w biznesie,* Antykwa , Warszawa 2000 8. Z. Nęcki, *Komunikacja międzyludzka,* Antykwa, Warszawa 2000 9. Oldrich Tegze” Komunikacja niewerbalna”, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2006 10. Jerry Weissman „ Sztuka skutecznej prezentacji” Wydawnictwo Helion, Gliwice 2007 11. Agata Rzędowska , Jerzy Rzędowski „ Wystąpienia publiczne w biznesie” Wydawnictwo Helion, Gliwice 2007 12. Harvard Business School Press „ Wystąpienia publiczne” , Wydawnictwo Helion, Gliwice 2008   **Uzupełniająca**   1. M. Bartosik-Purgat, Otoczenie kulturowe w biznesie międzynarodowym, Wydawnictwo PWE, Warszawa 2006 2. Davis „ Public Relations” Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2007 3. J. Blythe, *Komunikacja marketingowa*, PWE, Warszawa 2002 4. red. H. Mruk, *Komunikowanie się w biznesie*, Wyd. AE Poznań, Poznań 2002 | | | | | |