



Przedmiot: Komunikacja społeczna2008/2009				
Forma zajęć: ćwiczenia	Semestr: 4	Rok: 2	Wymiar godzin: 15	Punkty ECTS:
Forma zaliczenia: zaliczenie na ocenę	Typ przedmiotu: obowiązkowy		Język nauczania: polski	
Kierunek: Ekonomia		Tryb: stacjonarne		Rodzaj: licencjackie
Specjalność: Gospodarka Publiczna				
Katedra: Filozofii i Komunikacji Społecznej				
Stopień naukowy wykładowcy: dr		Imię i nazwisko wykładowcy: Antoni Kamiński		

Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):

Brak wymagań wstępnych

Program przedmiotu:

- Teoretyczne podstawy komunikacji
- Komunikacja werbalna i niewerbalna
- Psychologiczne uwarunkowania komunikacji: konformizm, teoria dysonansu poznawczego, analiza transakcyjna, programowanie neurolingwistyczne.
- Kulturowe uwarunkowania komunikacji
- Publiczne wystąpienia nagrywane i odtwarzane
- Retoryka
- Techniki perswazji
- Public relations
- Komunikowanie się w sytuacji: konfliktu, negocjacji, dyskusji, rozmowy kwalifikacyjnej, publicznego wystąpienia, rozmowy telefonicznej, wykładu, wywiadu dla środków masowej komunikacji, kontaktu z tłumem.

Metody dydaktyczne:

Dyskusja nad materiałem przedstawionym na wykładzie. Praktyczne ćwiczenie umiejętności komunikacyjnych przydatnych w biznesie.

Cele przedmiotu:

W zakresie wiedzy: przedstawienie wiedzy o podstawowych zagadnieniach efektywnej komunikacji społecznej
W zakresie umiejętności: wykształcenie umiejętności efektywnego komunikowania się bez traktowania jej wyłącznie jako manipulacji.
W zakresie postaw: kształtowanie postawy tolerancji wobec innych ludzi poprzez bardziej skuteczne komunikowanie się.

Warunki zaliczenia:

Zaliczenie na podstawie listy obecności, aktywności na ćwiczeniach i pozytywnego wyniku 1 kolokwium na końcu zajęć.

Literatura podstawowa (do 4 pozycji):

Batko A., Sztuka perswazji czyli język wpływu i manipulacji w praktyce, Gliwice 2006
Fiske J., Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem, Wrocław 1999
Korolko M., Sztuka retoryki, Warszawa 1998
Nęcki Z., Komunikacja międzyludzka, Kraków 1996

Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):

Bakalarski K., Public relations a kształtowanie wizerunku menedżera, Gdańsk 2004
Benedikt A., Reklama jako proces komunikacji, Wrocław 2004
Collins A., Mowa ciała. Co znaczą nasze gesty?, Warszawa 2002
Stankiewicz J., Komunikowanie się w organizacji, Wrocław 1999