|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nazwa jednostki prowadzącej kierunek:** | | **AKADEMIA NAUK SPOŁECZNYCH I MEDYCZNYCH**  **W LUBLINIE**  **AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH**  WYDZIAŁ NAUK SPOŁECZNYCH | | | |
| **Nazwa kierunku:** | | **PSYCHOLOGIA** | | | |
| **Poziom kształcenia:** | | pierwszy | | | |
| **Profil kształcenia:** | | praktyczny | | | |
| **Moduły wprowadzające / wymagania wstępne:** | | Psychologia procesów poznawczych | | | |
| **Nazwa modułu (przedmiot lub grupa przedmiotów):** | | **KOMUNIKACJA INTERPERSONALNA I AUTOPREZENTACJA** | | | |
| **Osoby prowadzące:** | | **dr Anna Skiert** | | | |
|  | | | |
| **Ogólna liczba punktów ECTS (zajęcia teoretyczne + zajęcia praktyczne):** | | **7 (2,8 + 4,2)** | | **7 (4,7 + 2,3)** | |
| **Forma studiów**  **/liczba godzin/liczba punktów ECTS z uwzględnieniem form pracy studenta:** | | studia stacjonarne | liczba punktów ECTS | studia niestacjonarne | liczba punktów ECTS |
| Zajęcia teoretyczne – zajęcia zorganizowane | | **30** | **1,2** | **30** | **1,2** |
| Praca własna studenta | | **32,5** | **1,6** | **87,5** | **3,5** |
| Zajęcia praktyczne – zajęcia zorganizowane | | **45** | **1,8** | **15** | **0,6** |
| Praca własna studenta: | | **60** | **2,4** | **42,5** | **1,7** |
| **Cele modułu:** | Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawową wiedzą rodzajach komunikacji interpersonalnej i ich cechach. A także o zaburzeniach w procesie komunikacji i sposobach radzenia sobie w takich sytuacjach. | | | | |
| **Efekty kształcenia:** |  | | | | |
| Wiedza: Student posiada podstawową wiedzę w zakresie komunikacji interpersonalnej, zna rodzaje komunikacji, identyfikuje determinanty nieporozumień w komunikacji. Zna style i zasady prowadzenia negocjacji.  Umiejętności: Student potrafi zastosować właściwy styl komunikacji odpowiadający zamierzonym celom, umie prowadzić proces negocjacyjny.  Kompetencje społeczne: Student rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia swoich umiejętności. | | | | | |
| **Forma zajęć/metody dydaktyczne:** |  | | | | |
| Zajęcia teoretyczne (wykład, dyskusja), zajęcia praktyczne (ćwiczenia, praca w grupach, analiza przypadku, ćwiczenia negocjacyjne) | | | | | |
| **Forma i warunki zaliczenia przedmiotu w odniesieniu do efektów kształcenia:**  Wiedza: zaliczenie na podstawie projektu przygotowanego w grupie  Umiejętności: zaliczenie na podstawie projektu przygotowanego w grupie  Kompetencje społeczne: zaliczenie na podstawie projektu przygotowanego w grupie | | | | | |
| **Treści programowe:** |  | | | | |
| 1. Wybrane współczesne ujęcia teoretyczne problemu komunikacji społecznej: konstruktywizm, teoria systemów, teoria skryptów, analiza transakcyjna, ujęcie psychologii humanistycznej. 2. Komunikacja werbalna i niewerbalna. Udział świadomych i nieświadomych procesów przetwarzania informacji w aktach emisji i recepcji komunikatu. Zakres wolicjonalnej kontroli zachowań pełniących funkcję komunikatów. Problem komunikatów podprogowych. 3. Komunikacja werbalna. Zasady konwersacji i jej organizacja. Problematyka efektywnego mówienia i słuchania. Determinanty nieprozumień. Specyfika komunikacji werbalnej w różnych uwarunkowaniach środowiskowych, społecznych i kulturowych. 4. Zaburzenia w procesach komunikacji. 5. Negocjacje. Fazy procesu i ich specyfika. Zasady skutecznych negocjacji. Ćwiczenia negocjacyjne. 6. Konflikt. Struktura konfliktu, kierowanie konfliktem. Negocjacje metodą rozwiazywania konfliktów. Sposoby stymulowania konfliktu. Metody rozwiązywania konfliktów sposobami pozanegocjacyjnymi: facylitacje, mediacje, arbitraż, sąd. 7. Style negocjacji, ich zalety i cechy. 8. Typologia niewerbalnych aktów komunikacji i ich znaczenie funkcjonalne. Analiza skuteczności różnych kanałów komunikacji. Proksemika. Odległość interpersonalna w mediach. Analiza aktów komunikacji dokonywanych za pośrednictwem: pozycji ciała, wyglądu fizycznego, kontaktu wzrokowego, mimiki twarzy, gestykulacji, kanału wokalnego. 9. Kreatywność i techniki twórczego myślenia w komunikacji interpersonalnej – sztuka argumentacji. | | | | | |
| **Literatura podstawowa:** |  | | | | |
| 1. Cialdini R., *Wywieranie wpływu na innych. Teoria i praktyka*, Gdańskie Towarzystwo Psychologiczne, Gdańsk 2001 2. Goban – Klas T., *Public relations czyli promocja reputacji. Pojęcia, definicje, uwarunkowania*, Businessman Book, Warszawa 1997 3. Hall E. T., *Proksemika w kontekście krzyżowania się kultur*, w: Ukryty wymiar, Muza SA, Warszawa 2001 | | | | | |
| **Literatura uzupełniająca:** |  | | | | |
| 1. Kwarciak B., *Co trzeba wiedzieć o reklamie*, Wyd. Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1999 2. Nęcki Z., *Komunikacja międzyludzka*, ANTYKWA, Kraków 2000 3. Thomson P., *Sposoby komunikacji interpersonalnej*, Zyska i S-ka, Poznań 1998 | | | | | |