

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa w języku polskim: **Komunikacja społeczna i interpersonalna**

Nazwa w języku angielskim: **Social and interpersonal communication**

Karta przedmiotu ważna od roku akademickiego: **2023/2024**

Kierunek studiów: **Zarządzanie**

Poziom studiów: **Studia II stopnia**

Forma studiów: **Niestacjonarne**

Profil: **Praktyczny**

Specjalność: **Zarządzanie w przemyśle i administracji, Zarządzanie zasobami ludzkimi**

Język wykładowy: **Polski**

Jednostka prowadząca: **Wydział Zamiejscowy w Lubinie**

Prowadzący: **dr Paweł Greń, prof. UJW**

OBCIĄŻENIE STUDENTA

	Wykład	Konwersatorium	Laboratorium	Projekt	Seminarium
Liczba godzin zajęć dydaktycznych organizowanych przez Uczelnię		16			
Liczba godzin całkowitego nakładu pracy studenta		25			
Forma zaliczenia		zaliczenie na ocenę			
Liczba punktów ECTS		1			

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

CELE PRZEDMIOTU	
C1	Nabycie wiedzy umiejętności i kompetencji społecznych w zakresie komunikowania się w organizacjach różnego typu.

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA – PEU

Z zakresu wiedzy:

PEU_W01	Zna teorie, koncepcje i uwarunkowania wyjaśniające istotę i znaczenia komunikowania pomiędzy sektorem publicznym, rynkowym i pozarządowym we współczesnych gospodarkach, a także w branży kreatywnej i z mediami.
PEU_W02	Zna i rozumie współczesne metody, techniki i języki narracji wykorzystywane do skutecznego i

	efektywnego komunikowania z podmiotami gospodarczymi, publicznymi i medialnymi.
Z zakresu umiejętności:	
PEU_U01	Potrafi wykorzystać wiedzę o komunikowaniu się słownym, obrazowym i zachowawczym w komunikacji wizerunkowej oraz do skutecznego przetwarzania i przekazywania informacji różnym odbiorcom w biznesie i mediach
Z zakresu kompetencji społecznych:	
PEU_K01	Ma świadomość swojej wiedzy i umiejętności oraz rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia się.

TREŚCI PROGRAMOWE		
Forma zajęć – konwersatorium		Liczba godzin
K1	Wprowadzenie do przedmiotu. Świat człowieka jako przestrzeń komunikacji. Orientacja transdyscyplinarna w kontekście cywilizacji, organizacji i mediów na styku nauk humanistycznych i społecznych	2
K2, K3	Współczesne teorie komunikacji społecznej i interpersonalnej, zakresy komunikowania społecznego	4
K4, K5	teorie, koncepcje i uwarunkowania wyjaśniające istotę i znaczenia komunikowania pomiędzy sektorem publicznym, rynkowym a pozarządowym	4
K6	Koncepcje i techniki komunikowania się w organizacjach	2
K7	Komunikacja wizerunkowa i medialna	2
K8	Zaliczenie przedmiotu	2
Razem		16

STOSOWANE NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE	
1.	Prezentacja treści z wykorzystaniem multimediów.
2.	Case study, dyskusja.
3.	Praca własna, praca w grupie.
4.	Konsultacje

METODY I FORMY OCENY
OSIĄGNIĘCIA PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW UCZENIA

Formy oceny (F lub P)*	Numer efektu uczenia (przedmiotowego)	Metody oceny osiągnięcia efektu uczenia
F	PEU_WI01, EU_WI02, PEU_U01, PEU_K01	Ocena aktywności na zajęciach, udział w dyskusji, case study, praca

		w grupie
P	PEU_WI01, EU_WI02, PEU_U01, PEU_K01	Zaliczenie pisemne i/lub ustne

*F – ocena formująca (w trakcie semestru), P – ocena podsumowująca (na koniec semestru)

KRYTERIA OCENY
OSIĄGNIĘCIA PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW UCZENIA

Nr PEK	Ocena dostateczna	Ocena dobra	Ocena bardzo dobra
PEU_W01	Zna teorie, koncepcje i uwarunkowania wyjaśniające istotę i znaczenia komunikowania pomiędzy sektorem publicznym, rynkowym i pozarządowym we współczesnych gospodarkach, a także w branży kreatywnej i z mediami.	Zna i charakteryzuje koncepcje i uwarunkowania wyjaśniające istotę i znaczenia komunikowania pomiędzy sektorem publicznym, rynkowym i pozarządowym we współczesnych gospodarkach, a także w branży kreatywnej i z mediami.	Zna, charakteryzuje i podaje przykłady koncepcji i uwarunkowań wyjaśniających istotę i znaczenie komunikowania pomiędzy sektorem publicznym, rynkowym i pozarządowym we współczesnych gospodarkach, a także w branży kreatywnej i z mediami.
PEU_W02	Ma podstawową wiedzę w zakresie współczesnych metod, technik i języków narracji wykorzystywanych do skutecznego i efektywnego komunikowania z podmiotami gospodarczymi, publicznymi i medialnymi.	Ma szczegółową wiedzę w zakresie współczesnych metod, technik i języków narracji wykorzystywanych do skutecznego i efektywnego komunikowania z podmiotami gospodarczymi, publicznymi i medialnymi.	Ma pogłębioną wiedzę w zakresie współczesnych metod, technik i języków narracji wykorzystywanych do skutecznego i efektywnego komunikowania z podmiotami gospodarczymi, publicznymi i medialnymi.
PEU_U01	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę o komunikowaniu się słownym, obrazowym i zachowawczym w komunikacji wizerunkowej oraz do skutecznego przetwarzania i przekazywania informacji różnym odbiorcom w biznesie i mediach.	Potrafi wykorzystać szczegółową wiedzę o komunikowaniu się słownym, obrazowym i zachowawczym w komunikacji wizerunkowej oraz do skutecznego przetwarzania i przekazywania informacji różnym odbiorcom w biznesie i mediach.	Potrafi wykorzystać pogłębioną wiedzę o komunikowaniu się słownym, obrazowym i zachowawczym w komunikacji wizerunkowej oraz do skutecznego przetwarzania i przekazywania informacji różnym odbiorcom w biznesie i mediach.
PEU_K01	Ma świadomość swojej wiedzy i umiejętności oraz rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia się.	Ma świadomość swojej wiedzy i umiejętności oraz rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia się i propaguje te wartości.	Ma świadomość swojej wiedzy i umiejętności oraz rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia się, propaguje te wartości oraz podtrzymuje etos zawodu.

LITERATURA PODSTAWOWA

Cheryl Hamilton; przekł. Anna Cybulko; red. nauk. wyd. pol. Teresa Rzepa Skuteczna komunikacja w biznesie, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2011

Em Griffin; przekł. Olga i Wojciech Kubińscy oraz Magdalena Kacmajor, Podstawy komunikacji społecznej, Gdańskie Wydaw. Psychologiczne, Gdańsk 2003

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA

Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka, Aleksander S. Marcinkowski, Agata Motyl-Adamczyk, Różnice kulturowe w komunikacji biznesowej, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2016.

ŹRÓDŁA INTERNETOWE

Portale branżowe

MACIERZ POWIĄZANIA

EFEKTÓW KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU KOMUNIKACJA SPOŁECZNA I INTERPERSONALNA Z EFEKTAMI UCZENIA NA KIERUNKU ZARZĄDZANIE

Przedmiotowy efekt uczenia	Odniesienie przedmiotowego efektu do efektów uczenia zdefiniowanych dla kierunku studiów i specjalności	Cele przedmiotu	Treści programowe	Numer narzędzia dydaktycznego
PEU_W01	K_WI05, K_WI06	C1	K1-K8	1-4
PEU_W02	K_WI02, K_WI03	C1	K1-K8	1-4
PEU_U01	K_U05, K_U10	C1	K1-K8	1-4
PEU_K01	K_K01, K_K06	C1	K1-K8	1-4