

KARTA PRZEDMIOTU**I. Dane podstawowe**

| | |
|--|--|
| Nazwa przedmiotu | Procesy komunikacji społecznej w zarządzaniu |
| Nazwa przedmiotu w języku angielskim | Social communication processes in management |
| Kierunek studiów | Psychologia |
| Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie) | Jednolite magisterskie |
| Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne) | Stacjonarne |
| Dyscyplina | Psychologia |
| Język wykładowy | Język polski |

| | |
|---|----------------------------|
| Koordinator przedmiotu/osoba odpowiedzialna | dr Olga Narvoiš-Sobolevska |
|---|----------------------------|

| Forma zajęć (<i>katalog zamknięty ze słownika</i>) | Liczba godzin | semestr | Punkty ECTS |
|--|---------------|--------------------|-------------|
| wykład | 30 | Rok IV - Semestr 7 | 6 |
| konwersatorium | | | |
| ćwiczenia | 30 | Rok IV - Semestr 7 | |
| laboratorium | | | |
| warsztaty | | | |
| seminarium | | | |
| proseminarium | | | |
| lektorat | | | |
| praktyki | | | |
| zajęcia terenowe | | | |
| pracownia dyplomowa | | | |
| translatorium | | | |
| wizyta studyjna | | | |

| | |
|-------------------|---|
| Wymagania wstępne | - |
|-------------------|---|

II. Cele kształcenia dla przedmiotu

| |
|--|
| C1 - Zapoznanie uczestników z charakterystyką, rolą i znaczeniem procesu komunikacji społecznej w zarządzaniu. |
| C2 - Zaprezentowanie charakterystyki i roli procesu komunikacji w zarządzaniu. |
| C3 - Rozwijanie umiejętności komunikacyjnych. |
| C4 - Kształtowanie świadomej i odpowiedzialnej postawy sprzyjającej prawidłowemu komunikowaniu się. |

III. Efekty uczenia się dla przedmiotu wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych

| Symbol | Opis efektu przedmiotowego | Odniesienie do efektu kierunkowego |
|------------------------------|--|------------------------------------|
| WIEDZA | | |
| W_01 | Uczestnik rozpoznaje i charakteryzuje społeczno-kulturowe podstawy zachowania człowieka i relacji społecznych, funkcjonowania grup społecznych, komunikacji w organizacji, kształtowania się postaw; opisuje procesy komunikowania interpersonalnego i społecznego oraz wskazuje ich prawidłowości i zakłócenia w zarządzaniu. | K_W06 |
| UMIEJĘTNOŚCI | | |
| U_01 | Uczestnik rozwija umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej; potrafi przygotować prezentację multimedialną i wystąpienie ustne prezentujące procesy komunikacji społecznej w zarządzaniu; wykorzystując wiedzę teoretyczną z zakresu psychologii społecznej, w tym z komunikacji społecznej jako kluczowych elementów efektywnego zarządzania wyraża swoje poglądy w sposób precyzyjny; | K_U03 |
| U_02 | Uczestnik potrafi analizować przyczyny i źródła zachowań komunikacyjnych człowieka oraz potrafi współpracować w grupie, podejmując aktywne role w zespole (w tym rolę lidera). | K_U04 |
| KOMPETENCJE SPOŁECZNE | | |
| K_01 | Uczestnik jest świadomy i uznaje wartość komunikacji społecznej jako głównego elementu skutecznego zarządzania. | K_K03 |

IV. Opis przedmiotu/ treści programowe

Procesy komunikacji społecznej w zarządzaniu – **wykład**:

1. Wprowadzenie (pojęcia i funkcje komunikacji)
2. Komunikacja w organizacji
3. Kompetencje komunikacyjne
4. Komunikowanie się w różnych kontekstach: interpersonalny, małych grup, publiczny
5. Kontekst interpersonalny:
 - 5.1. Style komunikowania się w relacjach biznesowych
 - 5.2. Przywództwo sytuacyjne – model Hersey i Blancharda
 - 5.3. Zachowania budujące bliskość
 - 5.4. Konflikt i strategie rozwiązywania konfliktów
 - 5.5. Porozumienie bez przemocy (NVC)
6. Kontekst grupowy: komunikacja w małych grupach
 - 6.1. Typy sieci komunikacyjnych
 - 6.2. Komunikacja w różnych fazach rozwoju grupy
 - 6.3. Podejmowanie decyzji w grupach
 - 6.4. Rola przywódcy
7. Kontekst publiczny
 - 7.1. Przemówienia publiczne
 - 7.2. Komunikowanie się w sytuacji kryzysu

Procesy komunikacji społecznej w zarządzaniu – **ćwiczenia:**

1. Wprowadzenie do procesu komunikacji. Podstawowy model komunikacji.
2. Efektywne słuchanie: fazy procesu słuchania, narzędzia efektywnego słuchania, powody nieporozumień Model F. S. von Thuna.
3. Bariery komunikacyjne.
4. Rodzaje komunikatów – komunikaty sprzyjające nawiązaniu porozumienia.
5. Asertywność – znaczenie granic w procesie komunikacji.
6. Udzielanie informacji zwrotnej.
7. Komunikowanie się w procesie negocjacji.

V. Metody realizacji i weryfikacji efektów uczenia się

| Symbol efektu | Metody dydaktyczne (lista wyboru) | Metody weryfikacji (lista wyboru) | Sposoby dokumentacji (lista wyboru) |
|------------------------------|---|--|--|
| WIEDZA | | | |
| W_01 | Warsztat, studium przypadku, dyskusja | Kolokwium i egzamin pisemny | Protokół zawierający wyniki kolokwium i egzaminu |
| UMIEJĘTNOŚCI | | | |
| U_01 | Warsztat, prezentacja, dyskusja | Prezentacja multimedialna, program warsztatu | Karta oceny prezentacji/warsztatu |
| U_02 | Warsztat, prezentacja, dyskusja | Prezentacja multimedialna, program warsztatu | Karta oceny prezentacji/warsztatu |
| KOMPETENCJE SPOŁECZNE | | | |
| K_01 | Dyskusja, odgrywanie ról, praca zespołowa | Obserwacja, prezentacja, warsztat | Karta oceny aktywności, karta oceny prezentacji/warsztatu; Aktywny udział w dyskusji odnotowany na liście. |

VI. Kryteria oceny, wagi...

Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z **wykładu** jest udzielenie poprawnych odpowiedzi w teście pisemnym jednokrotnego wyboru na co najmniej 60% pytań.

Ocena bardzo dobra: 91%-100%

Ocena dobra: 71%-90%

Ocena dostateczna: 60%-70%

Ocena niedostateczna: równe lub mniejsze 59%

Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z **ćwiczeń** jest:

1. Obecność na zajęciach (dopuszczalne są 2 nieobecności nieusprawiedliwione)
2. Aktywność własna
3. Zaliczenie 2 kolokwίων na minimum poziomie 50%

Ocena ostateczna jest sumą punktów z poszczególnych warunków zaliczenia:

(5,0) 90%-100%,

(4,5) 80%-89%

(4,0) 70%-79%

(3,5) 60%-69%,

(3,0) 50%-59%,

(2,0) poniżej 50% i/lub brak realizacji jednego z powyższych warunków zaliczenia.

VII. Obciążenie pracą studenta

| Forma aktywności studenta | Liczba godzin |
|--|---------------|
| Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem | 60 |
| Liczba godzin indywidualnej pracy studenta | 120 |

VIII. Literatura

| |
|--|
| Literatura podstawowa |
| Hamilton, C. (2011). Skuteczna komunikacja w biznesie. Warszawa: PWN. |
| Morreale S.P., Spitzberg B.H., Barge J.K. (2019). Komunikacja między ludźmi. Warszawa: PWN. |
| Literatura uzupełniająca |
| Adams K., Galanes G.J. (2008). Komunikacja w grupach. Warszawa: PWN. |
| Berendt J., Kozak A. (2019). "Dogadać się z innymi. Czyli porozumienie bez przemocy nie tylko w życiu organizacji". Gliwice: OnePress. |
| Blanchard K., Zigarmi P., Zigarmi D. (2019). Jednominutowy Menedżer i przywództwo. Warszawa: MT Biznes. |
| Blanchard, K.H., Johnson, S. (2015). Nowy jednominutowy menadżer. MT Biznes. |
| Dawid-Sawicka M., Stelmach E. (2023) 13 wzorców dobrej komunikacji i relacji. Wolters Kluwer. |
| Rosenberg M.B. (2016). Porozumienie bez przemocy. Warszawa: Czarna Owca. |
| Benedikt, A. (2015). Asertywność. Skuteczna komunikacja w biznesie. Wrocław: Wydawnictwo Astrum. |
| Ober, J. (2007). Informacja i komunikacja w zarządzaniu. Gliwice: Wydawnictwo Politechniki Śląskiej. |
| Rzepka B. (2014). Efektywna komunikacja w zespole. Wydawnictwo PWN. |
| Stewart, J. (2012). Mosty zamiast murów. Podręcznik komunikacji interpersonalnej. Warszawa: PWN. |
| Jaworowicz, M., Jaworowicz, P. (2017). Skuteczna komunikacja w nowoczesnej organizacji. Warszawa: Difin. |
| Donovan, J. (2016). Ted. Jak wygłosić mowę życia. Wydawnictwo Onepress. |
| Hartley P. (1997). Komunikacja w grupie. Poznań. |