

Nazwa przedmiotu/modułu:			Teoria komunikacji społecznej i interpersonalnej				
Nazwa angielska:			Theory of Public Communication				
Kierunek studiów:			Filologia o profilu filologia germańska – od podstaw - z realizacją				
Poziom studiów:			Stacjonarne, I-go stopnia – licencjackie				
Profil studiów			Praktyczny				
Jednostka prowadząca:			Karkonoska Państwowa Szkoła Wyższa w Jeleniej Górze, Wydział Nauk Humanistycznych i Społecznych, Zakład Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej				
Prowadzący przedmiot:			dr Jerzy Widerski				
I Formy zajęć, liczba godzin							
Semestr	W	C	L	WR	Inne*	Łącznie	ECTS
I	15	15	-	-	-	30	2
II Cel przedmiotu							
C1 - Pozyskanie wiedzy na temat teorii i procesów komunikacyjnych. C2 - Nabycie kompetencji w zakresie skutecznego komunikowania i etycznego pokonywania barier blokujących komunikację. C3 - Pozyskanie podstawowych umiejętności kształtowania własnego wizerunku. C4 – Doskonalenie sprawności w zakresie komunikacji werbalnej i niewerbalnej.							
III Wymagania wstępne w kategoriach wiedzy, umiejętności i innych kompetencji:							
Podstawowa wiedza i umiejętności z zakresu komunikacji językowej.							
IV Oczekiwane efekty uczenia się							
EU1 Student posiada wiedzę dotyczącą teorii i procesów komunikacyjnych. EU2 Student posiada kompetencje w zakresie skutecznego komunikowania i etycznego pokonywania barier blokujących komunikację. EU3 Student posiada podstawowe umiejętności kształtowania własnego wizerunku. EU4 Student udoskonalił sprawność w zakresie komunikacji werbalnej i niewerbalnej.							
V Treści programowe:							
Forma zajęć: wykład							Liczba godzin
W. 1	Komunikacja – definicje, funkcje, środki.						2
W. 2	Perswazja, propaganda, manipulacja.						2
W. 3	Mechanizmy i istota perswazji						2

W. 4	Public relations: definicje, cele, obszary działań.	2
W. 5	Relacje interpersonalne – podstawowe koncepcje.	2
W. 6	Komunikacja niewerbalna.	2
W. 7	Bariery w komunikowaniu.	2
W. 8	Podsumowanie	1
Forma zajęć: ćwiczenia		Liczba godzin
Ćw. 1	Modele procesu komunikacyjnego.	2
Ćw. 2	Werbalne i niewerbalne wyznaczniki perswazji.	2
Ćw. 3	Psychologiczne i retoryczne aspekty wywierania wpływu.	2
Ćw. 4	Techniki budowania wizerunku – studia przypadku.	2
Ćw. 5	Relacje interpersonalne - teoria a praktyka.	2
Ćw. 6	Mowa ciała i jej wymiar komunikacyjny.	2
Ćw. 7	Sprawność komunikacyjna - autoprezentacja.	2
Ćw. 8	Podsumowanie	2
Suma godzin		45
VI Narzędzia dydaktyczne		
1.	wykresy, diagramy, podręczniki i teksty przedmiotowo-metodyczne	
2.	prezentacje multimedialne, materiały audio-wizualne	
3.	urządzenia interkomunikacyjne (tablica interaktywna, rzutnik multimedialny) oraz komputery.	
VII Metody dydaktyczne		
Podające – 1) wykład, 2) opis, 3) wyjaśnienie, 4) opowiadanie.		
Problemowe, praktyczne :5) pokaz, 6) ćwiczenie, 7) dyskusja, 8) instruktaż.		
VIII Sposoby oceny (F – formująca, P – podsumowująca)		
W/P1	Test .	
Wr/F1	Praca indywidualna - analiza artykułów naukowych, materiałów badawczych (filmów, publikacji, zdjęć).	
Wr/F2	Praca w grupie - analiza przykładów dotyczących poszczególnych zagadnień, prezentacje ukazujące omawiane zjawiska.	
Wr/P2	Projekt autoprezentacji.	

IX Obciążenie pracą studenta	
Forma aktywności	Łączna i średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe z nauczycielem (w trakcie zajęć)	W 15 h i Ćw. 15h
Godziny kontaktowe z nauczycielem (w trakcie konsultacji, średnio na studenta)	W 6h i Ćw. 6 h
Przygotowanie się do zajęć	W 2 h i Ćw. 4 h
Przygotowanie indywidualnego projektu wypowiedzi pisemnej przygotowanie do egzaminu	W 7 h i Ćw. 5h
SUMA	60 h
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	2

X Literatura podstawowa i uzupełniająca

Literatura podstawowa:

1. Aronson E., Pratkanis A., (2003), *Wiek propagandy*, Warszawa.
2. Fiske J., (2003), *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wrocław.
3. Goban-Klas T., (2002), *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa, Kraków.
4. Golka M., (2008), *Barier w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, Warszawa.
5. Krzyżanowski P., Nowak P., red., (2004), *Manipulacja w języku*, Lublin.
6. Pease A. i B., (2011), *Mowa ciała*, Poznań.

Literatura uzupełniająca:

1. Cialdini R., (2013), *Wywieranie wpływu na ludzi*, Gdańsk.
2. Hopfinger M., (2003), *Doświadczenia audiowizualne. O mediach w kulturze współczesnej*, Warszawa.
3. Lewiński P. H., (1990), *Retoryka reklamy*, Wrocław.
4. B. Rozwadowska, *Public relations. Teoria, praktyka, perspektywy*, Warszawa 2002.

**XI TABLICA POWIĄZAŃ EFEKTÓW PRZEDMIOTOWYCH I KIERUNKOWYCH Z CELAMI PRZEDMIOTU
W ODNIESIENIU DO METOD ICH WERYFIKACJI**

Efekty uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu (PEK)	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Metody dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W05, K_W06	C 1	W1-4	1-3	1-4	P1
EU 2	K_U10, K_U10, K_U13	C 2	W 5-7, Ćw. 1	1-3	1-8	P1-2, F1-2
EU 3	K_U03,	C 3	W2 , Ćw. 2	1-3	1-8	P1-2, F1-2
EU 4	K_U01, K_U10, K_U13	C 4	W3, Ćw. 3-6	1-3	1-8	P1-2, F1-2

XII ZASADY WERYFIKACJI OCZEKIWANYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Brak

XIII DODATKOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Brak