

AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO IM.
BRONISŁAWA CZECHA
W KRAKOWIE

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów, którzy rozpoczęli studia w roku akademickim 2015/2016

Wydział Turystyki i Rekreacji

Kierunek studiów: Turystyka i Rekreacja

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: Stacjonarne

Kod kierunku: 812

Stopień studiów: II

Specjalności: Turystyka motywacyjna i biznesowa

1 PRZEDMIOT

NAZWA PRZEDMIOTU	Komunikacja społeczna
NAZWA PRZEDMIOTU W JĘZYKU ANGIELSKIM	Social Communication
KOD PRZEDMIOTU	TIR812 ASTB2
KATEGORIA PRZEDMIOTU	Przedmioty specjalnościowe
LICZBA PUNKTÓW ECTS	3.00
JĘZYK WYKŁADOWY	polski
SEMESTRY	3

2 FORMA ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

SEMESTR	WYKŁAD	ĆWICZENIA	SEMINARIUM	INNE	–
3	15	15	0	0	0



3 CELE PRZEDMIOTU

Cell Celem przedmiotu jest umożliwienie studentom zdobycie wiedzy na temat komunikowania się społecznego, pozwalającej na rozumienie procesów interpersonalnych a także umożliwienie nabywania umiejętności komunikowania się przy użyciu różnych kanałów i technik

4 WYMAGANIA WSTĘPNE

1 Wiedza z zakresu, socjologii, psychologii, zarządzania

5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

EK1 Wiedza: Student posiada wiedzę na temat komunikowania się społecznego Zna zasady komunikowania bezpośredniego i masowego, werbalnego, niewerbalnego oraz metody i zasady Public Relations Posiada wiedzę teoretyczną na temat komunikowania się w przedsiębiorstwie turystycznym i sposobów tworzenia strategii Public Relations

EK2 Wiedza: Wykazuje umiejętności prawidłowego komunikowania się werbalnego (wystąpienia publiczne, auto-prezentacja) Posiada umiejętność formułowania pisemnej wypowiedzi (notatki prasowej) Posiada umiejętność tworzenia strategii PR dla wybranej instytucji turystycznej

EK3 Kompetencje społeczne: Potrafi zorganizować pracę zespołową i współpracować z członkami tego zespołu Umiejętnie komunikuje się z osobami z otoczenia społecznego i zawodowego Potrafi dostrzegać i rozwiązywać sytuacje konfliktowe

6 TREŚCI PROGRAMOWE

WYKŁAD

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
W1	Istota komunikowania się międzyludzkiego, poziomy komunikacji, komunikowanie się społeczne	1
W2	Typologia aktów komunikacyjnych, uwarunkowania poprawnej komunikacji językowej, zasady budowy poprawnej wypowiedzi werbalnej	1
W3	Komunikacja niewerbalna (mowa ciała) , mimika , proksemika, odczytywanie sygnałów KNW.	2
W4	Komunikacja perswazyjna (źródło, przekaz, odbiorca)	1
W5	Wywieranie wpływu na ludzi - strategie i techniki	1
W6	Autoprezentacja - techniki autoprezentacji (odbity blask, opisywanie siebie, efekt "psst", polerowanie	1
W7	Odsłanianie się. Bariery w odsłanianiu się.Okna Johari	1
W8	Asertywność. Znaczenie zachowań asertywnych w życiu prywatnym i zawodowym. Reguły asertywności. Rodzaje wypowiedzi asertywnych	2
W9	Bariery w komunikacji społecznej. Rodzaje barier Sposoby ich przełamywania	1
W10	Aktywne słuchanie. techniki aktywnego słuchania. Znaczenie umiejętności aktywnego słuchania w życiu społecznym i zawodowym	1
W11	Public Relations - zasady organizacji działań PR w organizacji Zasady tworzenia programu PR	2
W12	Współpraca ze środkami masowego przekazu - media relatiions	1
	RAZEM	15

ĆWICZENIA

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
C1	Poprawne komunikowanie werbalne - przygotowanie wypowiedzi zgodnie z regułami poprawności komunikacyjnej	2
C2	Odczytywanie komunikatów niewerbalnych w życiu prywatnym i zawodowym. odczytywanie potrzeb i emocji u klientów (uczestników) w turystyce	1
C3	Konflikt. Istota konfliktu. Klasyfikacje zachowań konfliktowych. Źródła konfliktów. Rodzaje konfliktów najczęściej spotykane konflikty w działalności turystycznej	2
C4	Sposoby zapobiegania konfliktom w turystyce - identyfikacja konfliktu , określenie przyczyn zachowań konfliktowych, próba rozwiązania sytuacji trudnej	1
C5	Komunikacja perswazyjna - wykorzystywanie umiejętności perswazyjnych w reklamie i sprzedaży produktów turystycznych (analiza przypadków) - konstrukcja tworzenia skutecznego przekazu perswazyjnego	2
C6	Autoprezentacja - przygotowanie własnej autoprezentacji przez studentów, z wykorzystaniem technik autoprezentacyjnych	2
C7	Zasady poprawnej konwersacji z wykorzystaniem technik aktywnego słuchania (praca w grupach)	1
C8	Planowanie działalności Public Relations na przykładzie wybranej firmy turystycznej - praca w grupach. Prezentacja multimedialna przygotowanych scenariuszy PR. Przygotowanie motatki prasowej.	4
	RAZEM	15

7 METODY DYDAKTYCZNE

- M1 Burza mózgów
- M2 Ćwiczenia projektowe
- M3 Dyskusja
- M4 Praca w grupach
- M5 Prezentacje multimedialne
- M6 Studium przypadku
- M7 Wykłady



8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

FORMA AKTYWNOŚCI	ŚREDNIA LICZBA GODZIN NA ZREALIZOWANIE AKTYWNOŚCI
Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:	
Godziny wynikające z planu studiów	30
Konsultacje przedmiotowe	0
Egzaminy i zaliczenia w sesji	2
korekty i konsultacje podczas przygotowywania scenariusz PR	
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	10
Opracowanie wyników	5
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	15
przygotowanie do kolokwium końcowego	10
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA	75
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	3

9 METODY OCENY

nie obowiązuje

OCENA FORMUJĄCA

F1	Projekt zespołowy
----	-------------------

OCENA PODSUMOWUJĄCA

P1	Kolokwium
----	-----------

WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU

1	obecność na zajęciach
---	-----------------------

OCENA AKTYWNOŚCI STUDENTA BEZ UDZIAŁU NAUCZYCIELA AKADEMICKIEGO

1	Projekt zespołowy
---	-------------------

KRYTERIA OCENY

EFEKT KSZTAŁCENIA 1	
NA OCENĘ 3	niska aktywność w pracach zespołowych
NA OCENĘ 4	zorganizowanie zespołu projektu i współuczestniczenie w projektowaniu pomysłu
NA OCENĘ 5	zbieranie materiałów, korygowanie praca grupy, przydzielenie zadań, współprzygotowanie i przedstawienie prezentacji multimedialnej
EFEKT KSZTAŁCENIA 2	
NA OCENĘ 3	w wyniku napisanego kolokwium twestowego: 60% - 75 % prawidłowych odpowiedzi
NA OCENĘ 4	76% - 90% prawidłowych odpowiedzi
NA OCENĘ 5	91% - 100% prawidłowych odpowiedzi
EFEKT KSZTAŁCENIA 3	
NA OCENĘ 3	minimum 50% obecności na zajęciach
NA OCENĘ 4	minimum 75 % obecności na zajęciach
NA OCENĘ 5	minimum 95 % obecności na zajęciach

10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU

EFEKTY Kształcenia dla przedmiotu	ODNIESIENIE DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	METODY DYDAKTYCZNE	SPOSOBY OCENY
EK1	K_W02, K_W04, K_W06, K_W07, K_W11, K_U01, K_U11, K_U12, K_K01, K_K02, K_K08	Cel1	W1 W2 W3 W4 W5 W6 W7 W8 W9 W10 W11 W12 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8		F1 P1
EK2	K_W02, K_W04, K_W06, K_W07, K_W11, K_U01, K_U11, K_U12, K_K01, K_K02, K_K08	Cel1	W1 W2 W3 W4 W5 W6 W7 W8 W9 W10 W11 W12 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8		F1 P1
EK3	K_W02, K_W04, K_W06, K_W07, K_W11, K_U01, K_U11, K_U12, K_K01, K_K02, K_K08	Cel1	W1 W2 W3 W4 W5 W6 W7 W8 W9 W10 W11 W12 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7		F1 P1

11 WYKAZ LITERATURY

LITERATURA PODSTAWOWA:

1. **Wójcik K.**, — *Public Relations od A-Z t. I i II*, Warszawa, 1997, AW Placet
2. **Jamrożek B., Sobczak J.**, — *Komunikacja interpersonalna czyli jak wspomagać swoją przedsiębiorczość*, Poznań, 2000, Empi2
3. **Pease A.**, — *Mowa ciała*, Kielce, 2001, Jedność

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

1. **Budzyński W.**, — *Public relations - zarządzanie reputacją firmy*, Warszawa, 1999, Politex
2. **Mc Kay M., Davis M., Fanning P.**, — *Sztuka skutecznego porozumiewania się*, Gdansk, 2001, GWP
3. **Stewart J.**, (red) — *Mosty zamiast murów. podręcznik komunikacji interpersonalnej*, Warszawa, 2003, PWN



12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

dr Wanda Kulesza (kontakt: wanda.kulesza@yahoo.com)

OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

Dr Wanda Kulesza (kontakt: wanda.kulesza@yahoo.com)

13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejscowość, data)	(odpowiedzialny za przedmiot)	(kierownik)	(dziekan)
---------------------	-------------------------------	-------------	-----------

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....