

AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO IM.
BRONISŁAWA CZECHA
W KRAKOWIE

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów, którzy rozpoczęli studia w roku akademickim 2016/2017

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
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

Cel1 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 relations	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	1
Inne	
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	20
Opracowanie wyników	15
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	5
Inne	0
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	M1 M2 M3 M4 M5 M6 M7	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	M1 M2 M3 M4 M5 M6 M7	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 C8	M1 M2 M3 M4 M5 M6 M7	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 Artur Kurek (kontakt: artur.kurek@awf.krakow.pl)

OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

dr Artur Kurek (kontakt: artur.kurek@awf.krakow.pl)



13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejscowość, data)

(odpowiedzialny za przedmiot)

(kierownik)

(dziekan)

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....