



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Komunikacja interpersonalna [S2Eltech2>PO1-KI]

Przedmiot

Kierunek studiów
Elektrotechnika

Rok/Semestr
1/2

Studia w zakresie (specjalność)
Inżynieria wysokich napięć

Profil studiów
ogólnoakademicki

Poziom studiów
drugiego stopnia

Język oferowanego przedmiotu
polski

Forma studiów
stacjonarne

Wymagalność
obieralny

Liczba godzin

Wykład
30

Laboratorium
0

Inne (np. online)
0

Ćwiczenia
0

Projekty/seminaria
0

Liczba punktów ECTS

2,00

Koordynatorzy

dr Paulina Siemieniak
paulina.siemieniak@put.poznan.pl

Wykładowcy

Wymagania wstępne

Student rozpoczynający ten przedmiot powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu funkcjonowania jednostki w społeczeństwie oraz znać elementarne pojęcia z obszaru wiedzy o myśleniu i kulturze. Powinien posiadać umiejętność analizowania zachowań własnych i drugiej osoby oraz umiejętnie pozyskiwać informacji ze wskazanych źródeł. Powinien również mieć gotowość do podjęcia współpracy w ramach zespołu. Ponadto w zakresie kompetencji społecznych student musi prezentować takie postawy jak uczciwość, odpowiedzialność, wytrwałość, ciekawość poznawcza, kreatywność, kultura osobista, szacunek dla innych ludzi.

Cel przedmiotu

Uzyskanie wiedzy w zakresie rozumienia podstawowych mechanizmów zachowania się człowieka w sytuacjach społecznych, sprzyjających kształtowaniu się humanistycznej perspektywy w postrzeganiu rzeczywistości. 1. Przekazanie studentom podstawowej wiedzy na temat zasad rządzących życiem społecznym. 2. Rozwijanie u studentów umiejętności rozwiązywania konfliktów interpersonalnych, także tych pojawiających się w życiu zawodowym. 3. Nauczenie podstaw analizowania społecznych aspektów sytuacji zawodowych 4. Kształtowanie u studentów umiejętności współpracy, autoprezentacji, negocjacji, etykiety biznesowej, tworzenia ciekawych przemówień, wywierania wpływu.

Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza:

Student zna ogólne zasady komunikacji interpersonalnej [K2_W20]

Umiejętności:

Student potrafi pozyskać informacje z literatury, baz danych i innych źródeł, dokonywać ich interpretacji, oceny, krytycznej analizy i syntezy, a także wyciągać wnioski oraz formułować i wyczerpująco uzasadniać opinie [K2_U01]

Kompetencje społeczne:

Student ma świadomość potrzeby rozwijania dorobku zawodowego i przestrzegania zasad etyki zawodowej, wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego [K2_K02]

Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

Ocena formująca:

na podstawie odpowiedzi na pytania dotyczące materiału omówionego na poprzednich wykładach.

Ocena podsumowująca:

Sprawdzanie założonych efektów kształcenia realizowane jest przez:

- ocenę wiedzy i umiejętności (zakres problemowy wykładu) na kolokwium pisemnym – test pytań zamkniętych

Stosowana jest zasada punktów dodatkowych za aktywność podczas zajęć (omówienia dodatkowych aspektów zagadnienia, efektywność zastosowania zdobytej wiedzy podczas rozwiązywania zadanego problemu, umiejętność współpracy i zaangażowania,)

Ocena pozytywna: uzyskanie powyżej 50 % punktów

Treści programowe

1. Komunikacja interpersonalna- wprowadzenie w tematykę. Definicja i cel komunikacji interpersonalnej. Poziomy komunikowania społecznego. Elementy procesu komunikacji: kontekst, uczestnicy, komunikat, kanał, szum, sprzężenie zwrotne.
2. Komunikacja niewerbalna. Wpływ kanału na interpretacje przekazu wg Mehrabian'a. Elementy komunikacji niewerbalnej. Funkcje komunikacji niewerbalnej: emblematy, ilustratory, regulatory, adaptatory, wskaźniki emocji. Badania Ekmana i Frisena nad ekspresją emocji; emocje podstawowe i uniwersalne dla każdej kultury. Kontakt wzrokowy w komunikatach relacyjnych. Dystans fizyczny- sfery kontaktu. Parajęzyk. Jakość wypowiedzi a cechy osobowości przypisywane nadawcy. Mowa ciała a nastawienie; przyjazne, wrogie, sygnalizujące zdecydowanie i zainteresowanie lub załęknięcie. Hierarchia kontrolowalności zachowań: przecieki niewerbalne. Informacje o mimicznym wyrazie innych ludzi- udział w regulowaniu własnych zachowań i emocji (wyniki badań)
3. Komunikacja werbalna i niewerbalna- porównanie wpływu na interpretację przekazu (wg badań Argyle'a). Efekt języka obcego; używany język a siłę reakcji emocjonalnej. Rodzaje przekazów: werbalne, niewerbalne, oralnie, nieoralne- przykłady.
4. Komunikacja werbalna. Argumentacja i perswazja. Argumentacja skierowana do uczuć i rozumu. Argumentacja jedno- i dwustronna; dostosowanie argumentacji do typu odbiorcy. Typologia argumentów perswazyjnych: strategia kija, strategia marchewki, strategia emocji dodatnich i ujemnych. Wypowiedzi wykonawcze. Komunikaty wpływające na zmianę postaw; centralna i peryferyczna strategia perswazji. Perswazja lingwistyczna.
5. Reguły i taktyki wpływu społecznego w komunikacji: reguła wzajemności, zaangażowania i konsekwencji, społecznego dowodu słuszności itp., taktyka „drzwiami w twarz” i „stopa w drzwiach”. Znaczenie kontekstu psychologicznego (np. eksperyment Milgrama). Wpływ a manipulacja.
6. Style komunikacji: asertywny, agresywny, nieasertywny. Asertywność w sytuacji krytyki:. Asertywność w sytuacji konfliktu: komunikat typu JA. Techniki asertywności: technika zdartej płyty, technika „zmiękczenie”, asertywna odmowa, technika „jestem słoniem” itp.
7. Techniki negocjacyjne: technika ograniczonych kompetencji/niepełnego pełnomocnictwa, „dobry i zły policjant”, „Skubanie”, „Sprzedaj tanio- zdobądź reputację”, „Próbny balon”, „Nagroda w raj”, „Zasada konkurencji”, „Zabójcze pytanie”, „Śmieszne pieniądze”, „Pusty portfel”, „Troskliwa mamuśka”, „Rosyjski front”, „Zdechła ryba”, „Optyk z Brooklynu” itp..
8. Komunikacja interpersonalna w sytuacjach zawodowych. Rozmowa kwalifikacyjna: cechy

kandydata, najczęstsze pytania. Jak mówić o sobie używając języka korzyści? Strategie autoprezentacyjne (np. ingracja, autopromocja, adonizacja). Assessment Centre- typy zadań. Pytania behawioralne i metoda STAR w rozmowie kwalifikacyjnej.

9. Profesjonalna prezentacja danych. Typy prezentacji. Cechy mocnego nagłówka. Storytelling w przemówieniach. Efekt pierwszeństwa i efekt świeżości w odbiorze prezentacji. Strój biznesowy, kolory w stroju biznesowym.

10. Komunikacja w organizacji: formalna i nieformalna. Instrumenty komunikacji wewnętrznej w organizacji. Badanie sieci komunikacyjnych. Plotki- jak menedżer może z nich korzystać? Modele informacji zwrotnej: „Kanapka”, F.U.O., Model pełnej ekspresji.

11. Międzykulturowa komunikacja biznesowa; znaczenie gestów, symboli. Etykieta biznesowa.

12. Ograniczenie i elementy wspierające komunikację: bariery komunikacyjne (słowne, emocjonalne, fizyczne itp.). Jak uprawniać komunikację? Sposoby aktywnego, empatycznego słuchania.

Metody dydaktyczne

1. Wykład, wykład problemowy, prezentacja ilustrowana przykładami
2. Dyskusja, praca w zespole, pokaz multimedialny, warsztaty, analiza materiału filmowego

Literatura

Podstawowa:

- Bagieńska M., Siemieniak P., (2010) „Psychologia w zarządzaniu”, rozdz. 5, Komunikacja w organizacji. Wyd. PP
- Rzepa T. (2006) „Psychologia komunikowania dla menedżerów”. Wyd. Difin Warszawa
- Rzędowski J. (2005), „NLP dla Szefa czyli jak osiągać cele przy pomocy innych ludzi”, Wyd. Difin, Warszawa
- Stewart J (red.) (2002) „Mosty zamiast murów. O komunikowaniu się między ludźmi”, PWN, Warszawa

Uzupełniająca:

- Jankowski W.B., Sankowski T.P., (1995) "Jak negocjować?", Centrum Innowacji Menedżera, Warszawa
- Goleman D. (2005), „Inteligencja emocjonalna w praktyce”, Wyd. Media Rodzina, Poznań
- Haman W., Gut J. (2019), „Zrozumieć zespół. Fenomen małej grupy”, Wyd. Helion SA, Gliwice
- Siemieniak P. (2011) „Self-presentation dilemmas of women on managerial positions in the context of gender stereotypes” - Poznan : Publ. House of Poznan University of Technology

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	55	2,00
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	30	1,00
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do zajęć laboratoryjnych/ćwiczeń, przygotowanie do kolokwium/egzaminu, wykonanie projektu)	25	1,00