



<b>Przedmiot:</b> Podstawy komunikacji interpersonalnej w biznesie				
<b>Forma zajęć:</b> ćwiczenia	<b>Semestr:</b> 4	<b>Rok:</b> 2	<b>Wymiar godzin:</b> 15	<b>Punkty ECTS:</b>
<b>Forma zaliczenia:</b> zaliczenie na ocenę	<b>Typ przedmiotu:</b> obowiązkowy		<b>Język nauczania:</b> polski	
<b>Kierunek:</b> Ekonomia		<b>Tryb:</b> stacjonarne		<b>Rodzaj:</b> licencjackie
<b>Specjalność:</b> Gospodarka Publiczna				
<b>Katedra:</b> Filozofii i Komunikacji Społecznej				
<b>Stopień naukowy wykładowcy:</b> dr		<b>Imię i nazwisko wykładowcy:</b> Antoni Kamiński		

**Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):**

Brak wymagań wstępnych

**Program przedmiotu:**

- Teoretyczne podstawy komunikacji
- Komunikacja werbalna i niewerbalna
- Psychologiczne uwarunkowania komunikacji: konformizm, teoria dysonansu poznawczego, analiza transakcyjna, programowanie neurolingwistyczne.
- Kulturowe uwarunkowania komunikacji
- Publiczne wystąpienia nagrywane i odtwarzane
- Retoryka
- Techniki perswazji
- Public relations
- Komunikowanie się w sytuacji: konfliktu, negocjacji, dyskusji, rozmowy kwalifikacyjnej, publicznego wystąpienia, rozmowy telefonicznej, wykładu, wywiadu dla środków masowej komunikacji, kontaktu z tłumem.

**Metody dydaktyczne:**

Dyskusja nad materiałem przedstawionym na wykładzie. Praktyczne ćwiczenie umiejętności komunikacyjnych przydatnych w biznesie.

**Cele przedmiotu:**

W zakresie wiedzy: przedstawienie wiedzy o podstawowych zagadnieniach efektywnej komunikacji społecznej  
W zakresie umiejętności: wykształcenie umiejętności efektywnego komunikowania się bez traktowania jej wyłącznie jako manipulacji.  
W zakresie postaw: kształtowanie postawy tolerancji wobec innych ludzi poprzez bardziej skuteczne komunikowanie się.

**Warunki zaliczenia:**

Zaliczenie na podstawie listy obecności, aktywności na ćwiczeniach i pozytywnego wyniku 1 kolokwium na końcu zajęć.

**Literatura podstawowa (do 4 pozycji):**

Batko A., Sztuka perswazji czyli język wpływu i manipulacji w praktyce, Gliwice 2006  
Fiske J., Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem, Wrocław 1999  
Korolko M., Sztuka retoryki, Warszawa 1998  
Nęcki Z., Komunikacja międzyludzka, Kraków 1996

**Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):**

Bakalarski K., Public relations a kształtowanie wizerunku menedżera, Gdańsk 2004  
Benedikt A., Reklama jako proces komunikacji, Wrocław 2004  
Collins A., Mowa ciała. Co znaczą nasze gesty?, Warszawa 2002  
Stankiewicz J., Komunikowanie się w organizacji, Wrocław 1999