

KARTA MODUŁU

I. OGÓLNE INFORMACJE O MODULE									
COLLEGIUM WITELONA UCZELNIA PAŃSTWOWA WYDZIAŁ WS									
Kierunek studiów:		Bezpieczeństwo Wewnętrzne							
Poziom studiów:		Studia pierwszego stopnia							
Profil studiów:		praktyczny							
Forma studiów:		stacjonarne							
Nazwa modułu:		Komunikacja społeczna							
Rodzaj modułu:		obowiązkowy							
Język wykładowy:		Język polski							
Rok studiów:		Formy prowadzenia zajęć wraz z liczbą godzin dydaktycznych:							
Semestr:		1	Wykład	**	**	warsztaty	**	**	**
Liczba punktów ECTS ogółem:		1	10			12			
Forma zaliczenia:		Zaliczenie na ocenę							
Wymagania wstępne:		Umiejętność obserwacji i interpretacji zjawisk społecznych							
II. CELE KSZTAŁCENIA									
Cele kształcenia:									
Cel 1: Zapoznanie studenta z istotą i uwarunkowaniami procesu komunikacji, sposobami komunikowania oraz możliwościami wykorzystania ich w pracy zawodowej.									
Cel 2: . Doskonalenie kompetencji komunikacyjnych.									
Cel 3: Inspirowanie rzetelności i odpowiedzialności zawodowej, także w zakresie rzetelnego zdobywania wiedzy.									
III. EFEKTY UCZENIA SIĘ WRAZ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH ORAZ METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW									
Efekt	Student, który zaliczył moduł w zakresie:					Odniesienie do efektów kierunkowych		Metody weryfikacji	
wiedzy:									
W01	ma uporządkowaną wiedzę dotyczącą procesów komunikowania społecznego, w tym interpersonalnego, masowego i w biznesie. Zna także rolę rozmaitych czynników społecznych takich jak stereotyp w procesie komunikowania, wie jak przezwyciężać bariery komunikacyjne.					K1BW_W01, K1BW_W08,		Pisemny sprawdzian wiedzy	
umiejętności:									
U01	potrafi się porozumiewać stosując różne techniki komunikacyjne (np. techniki negocjacyjne, techniki komunikowania non violence, techniki komunikowania niewerbalnego itp.), stosuje poprawnie specjalistyczną terminologię.					K1BW_U09		Opracowanie projektu reklamy społecznej	
U02	potrafi wziąć udział w debacie i przygotować samodzielnie lub zespołowo wypowiedzi ustne i pisemne.					K1BW_U10, K1BW_U12		Opracowanie projektu reklamy społecznej	
kompetencji społecznych:									
K01	jest gotowy do zasięgania opinii ekspertów w przypadku problemów z samodzielnym rozwiązaniem problemów o charakterze komunikacyjnym i uwzględniania tej wiedzy w dalszej aktywności komunikacyjnej.					K1BW_K02		Pisemny sprawdzian wiedzy	

IV. TREŚCI PROGRAMOWE		
Wykład		
Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin
W1	Proces komunikowania i jego elementy. Znaczenie i funkcje komunikowania. Fenomen komunikowania interpersonalnego. Bariery komunikacyjne.	2
W2	Propaganda w komunikowaniu społecznym. Styl autorytarny, liberalny i odpowiedzialności społecznej.	2
W3	Media jako środek oddziaływania na jednostkę. Wybrane teorie mediów i komunikowania masowego (min. teoria gry Stephensona, teoria dwuetapowego przepływu).	2
W4	Komunikowanie w kontekście kulturowym. Kultury kontaktowe i dystansowe. Kultury ceremonialne i nieceremonialne itp.	2
W5	Wybrane koncepcje komunikowania interpersonalnego (NVC, discovery inside).	2
Warsztaty		
Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin
C1	Komunikacja społeczna i jej cechy, poziomy procesu komunikowania, komunikacja werbalna i niewerbalna .	2
C2	Bariery komunikacyjne ćwiczenia praktyczne w rozpoznawaniu barier komunikacyjnych , komunikacja interpersonalna – aktywne słuchanie (parafrazowanie ,odzwierciedlenia , klaryfikacja).	2
C3	Wywieranie wpływu na innych – język reklamy, język propagandy ćwiczenia praktyczne.	2
C4	Opracowywanie projektu reklamy społecznej (hasło reklamowe , reklama radiowa i wizualna-targetowanie , ćwiczenie kreatywnego myślenia).	4
C5	Prezentacja projektów reklamy społecznej – omówienie wybranych strategii i środków wyrazu, skuteczności oddziaływań.	2
V. METODY KSZTAŁCENIA, NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE		
1. Metody kształcenia: wykład konwersacyjny, dyskusja, prace projektowe w małych grupach. 2. Narzędzia (środki) dydaktyczne prezentacje multimedialne, Internet, rzutnik multimedialny.		
VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA MODUŁU		
1. Sposób zaliczenia: • zaliczenie z oceną 2. Formy zaliczenia: Opracowanie projektu reklamy społecznej		
3. Podstawowe kryteria Przygotowanie prezentacji – kryteria oceny: • 3,0 (dostateczny) – przygotowanie i zaprezentowanie na forum prezentacji, • 3,5 (dostateczny plus) – przygotowanie i zaprezentowanie na forum prezentacji oraz znajomość literatury źródłowej, • 4,0 (dobry) – przygotowanie i zaprezentowanie na forum prezentacji oraz znajomość literatury źródłowej, umiejętność analizy i syntezy treści źródłowych, • 4,5 (dobry plus) – przygotowanie i zaprezentowanie na forum prezentacji oraz znajomość literatury źródłowej, umiejętność analizy i syntezy treści źródłowych, poprawność wnioskowania, • 5,0 (bardzo dobry) – przygotowanie i zaprezentowanie na forum prezentacji oraz znajomość literatury źródłowej, umiejętność analizy i syntezy treści źródłowych, poprawność wnioskowania, pomysłowość proponowanych rozwiązań. Obserwacja i ocena postaw studenta wynikających z: • realizacji zadań przygotowanych w ramach ćwiczeń • zaangażowania w pracę grupy, • zachowań i aktywności w trakcie wykładów i ćwiczeń, • prowadzenia merytorycznej dyskusji, • potrzeby ciągłego rozwoju osobistego i zawodowego. Kryteria oceny podsumowujące: • średnia ocen formujących.		
VII. BILANS PUNKTÓW ECTS - NAKŁAD PRACY STUDENTA		
Kategoria		Obciążenie studenta

Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela (godziny kontaktowe)	22
Udział w wykładach	10
Udział w innych formach zajęć (**) warsztaty	12
Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)	3
Przygotowanie do wykładu	1
Przygotowanie do warsztaty	2
Łączna liczba godzin	25
Punkty ECTS za moduł	1

VIII. ZALECANA LITERATURA

Literatura podstawowa:

1. Dobek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 2012.
2. R. Ackert, E. Aronson T. Wilson , *Psychologia społeczna Serce i umysł* Wydawnictwo Zysk-ska W-wa1997.

Literatura uzupełniająca:

1. Bednarek J. (red.), *Człowiek w obliczu szans cyberprzestrzeni i świata wirtualnego*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2014.
2. Majka-Rostek D., *Komunikacja społeczna a wyzwania współczesności*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2010.
3. S.P.Morreale, B.H.Spitzberg, J.K.Barge, *Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2007.
4. Stewart J., *Mosty zamiast murów. Podręcznik komunikacji interpersonalnej*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2012.
5. Wawrzak-Chodaczek M., Baryluk M. (red.), *Komunikacja społeczna w świecie realnym*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2008.