

Podstawy komunikacji społecznej
Foundations of social communication

Program studiów dla przedmiotu obowiązujący od cyklu kształcenia	2024/2025
Kierunek studiów	Psychologia
Rok i semestr studiów	Rok I/ Semestr I
Poziom kształcenia	Jednolite studia magisterskie
Profil kształcenia na kierunku	Ogólnoakademicki
Moduł kształcenia dla przedmiotu	Ogólny
Nazwa specjalizacji (jeśli przedmiot specjalizacyjny)	-
Status przedmiotu	Obligatoryjny

Forma zajęć	Liczba godzin		ECTS	Forma zaliczenia	Waga
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne			
Wykład	30	16	4	Egzamin	100%
Razem za zajęcia dydaktyczne	30	16			
Praca własna studenta	60	74			
Ogółem	100	100			

Cele kształcenia dla przedmiotu

1.	Zapoznanie studentów i studentek z podstawami komunikacji społecznej, jej teoriami, badaniami i zastosowaniami.
2.	Rozwinięcie umiejętności analizowania zjawisk komunikacyjnych przez pryzmat wybranych teorii komunikacyjnych.
3.	Rozwinięcie umiejętności interpretacji i oceny zjawisk oraz zdarzeń komunikacyjnych pod kątem efektywności komunikacyjnej rozmówców/komunikatorów, a także przez pryzmat wartości (wzajemnego poszanowania, wrażliwości kulturowej, tolerancji dla wielości opinii i odmienności kulturowej).

Efekty uczenia się

WIEDZA			
L.p.	Efekty przedmiotowe (Student zna i rozumie)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
W1	Student/ka zna podstawowe pojęcia z dziedziny komunikacji społecznej, najważniejsze teorie, reprezentatywne badania i charakterystyczne współczesne zastosowania nauk komunikacyjnych oraz obszary interdyscyplinarnej współpracy między nauką o komunikacji a psychologią.	Ps_WG02_Mgr	Egzamin
W2	Student/ka rozumie założenia głównych teorii w obrębie komunikacji interpersonalnej, publicznej i grupowej, masowej oraz interkulturowej.	Ps_WG07_Mgr	Egzamin
W3	Student/ka rozumie wpływ cech indywidualnych i socjokulturowych na proces komunikacji i postrzeganie jego aktorów w zróżnicowanych kontekstach.	Ps_WG07_Mgr	Egzamin

UMIEJĘTNOŚCI			
L.p.	Efekty przedmiotowe (Student potrafi)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
U1	Student/ka potrafi wykorzystać podstawowe pojęcia z obszaru komunikacji społecznej i głównych teorii w obrębie komunikacji interpersonalnej, publicznej i grupowej, masowej oraz interkulturowej do planowania efektywnych komunikatów w zróżnicowanych kontekstach.	Ps_UK02_Mgr	Egzamin
U2	Student/ka potrafi efektywnie współpracować w grupach i zespołach w zróżnicowanych kontekstach zawodowych i publicznych przy wykorzystaniu najlepszych praktyk wywiedzionych z badań nad komunikacją.	Ps_UK01_Mgr Ps_UO01_Mgr	Egzamin
U3	Student/ka potrafi krytycznie ocenić zastosowanie danej teorii komunikacyjnej w analizie określonego zdarzenia komunikacyjnego oraz zaproponować rozwiązania poprawiające jakość i efektywność komunikacji w danym kontekście.	Ps_UW06_Mgr	Egzamin

KOMPETENCJE SPOŁECZNE

L.p.	Efekty przedmiotowe (Student jest gotów do)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
K1	Student/ka jest gotów/owa do podejmowania dyskusji na temat zjawisk komunikacyjnych w szeregu kontekstów publicznych i naukowych pod kątem ich optymalizacji i zwiększenia inkluzywności.	Ps_KO06_Mgr	Aktywność na zajęciach (dyskusja, pytania i odpowiedzi)
K2	Student/ka jest gotów/owa do autorefleksji i krytycznej oceny własnych zachowań komunikacyjnych w celu rozwoju swojej kompetencji komunikacyjnej.	Ps_KO03_Mgr	Aktywność na zajęciach (dyskusja, pytania i odpowiedzi)
K3	Student/ka potrafi interpretować i oceniać zjawiska komunikacyjne pod kątem efektywności komunikacyjnej rozmówców/komunikatorów i przez pryzmat wartości (wzajemnego poszanowania, wrażliwości kulturowej, tolerancji dla wielości opinii i odmienności kulturowej).	Ps_KR01_Mgr	Aktywność na zajęciach (dyskusja, pytania i odpowiedzi)

Treści kształcenia

L.p.	Treść kształcenia (tematyka zajęć)	Liczba godzin	
		Wykład	
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Wprowadzenie. Definicja zjawiska/procesu społecznej komunikacji. Elementy procesu komunikacji. Konteksty komunikacji. Komunikacja werbalna i niewerbalna.	3	1
2.	Teorie i modele komunikacji. Modele liniowe i interaktywne. Model Shannona-Weavera. Model SMCR. Teoria wymiany społecznej, redukcji niepewności, teoria <i>uses and gratifications</i> . Komunikacja masowa, komunikacja online. Krytyczne teorie komunikacji.	3	2
3.	Komunikacja interpersonalna. Charakterystyki rozmówców – różnice indywidualne, klasyfikacja. Relacje interpersonalne – modele i procesy psychologiczne. Konflikty interpersonalne w perspektywie teorii komunikacji. Słuchanie jako umiejętność. Komunikacja bez przemocy. Behawioralne metody kształtowania komunikacji.	3	2
4.	Komunikacja niewerbalna. Rodzaje i klasyfikacja. Funkcje, znaczenie, efekty – przegląd badań. Fakty i mity na temat komunikacji niewerbalnej. Kulturowe i kontekstualne zróżnicowanie.	3	1
5.	Komunikacja grupowa. Grupy, zespoły, organizacje. Teorie tworzenia się grup, tożsamości grupowej. Dynamika grupowa, dynamika organizacji. Techniki efektywnej komunikacji liniowej, grupowej, organizacyjnej – przegląd badań empirycznych.	3	2
6.	Komunikacja międzykulturowa. Teorie i modele kultury. Globalizacja a wyzwania i okazje dla komunikacji. Bariery, przeszkody, problemy w komunikacji międzykulturowej. Kompetencja międzykulturowa – model, składniki, rozwój umiejętności.	3	2
7.	Komunikacja masowa. Prezentacja zjawiska, funkcji. Krytyczne myślenie o komunikacji masowej – współczesne wyzwania, umiejętności ewaluacji komunikatów masowych. Komunikacja online – media społecznościowe. Pojęcie algorytmu w mediach społecznościowych i jego wpływ na komunikację. Treści generowane przez sztuczną inteligencję a komunikacja.	3	2
8.	Perswazja. Definicja, teorie, strategie. Struktura argumentu, techniki perswazji i retoryki. Skuteczna komunikacja online.	3	2
9.	Komunikacja w kontekście. Charakterystyki kontekstu naukowego, klinicznego (psychologicznego i zdrowotnego), politycznego, biznesowego.	3	1
10.	Krytyczne refleksje nad komunikacją. Władze, media, komunikacja. Komunikacja i tożsamość. Ruchy społeczne. Wolność słowa w dobie internetu. Jakościowe metody analizy komunikacji.	3	1
Razem		30	16

Metody kształcenia

Forma zajęć	Metody kształcenia
Wykład	Wykład problemowy z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny, analiza przykładów, dyskusja, debata.

Warunki zaliczenia

Sposób zaliczenia	Wagi (%)
	Wykład
Egzamin ustny	0
Egzamin pisemny	100
Kolokwium	0
Przygotowanie i przedstawienie eseju / referatu / innej formy wypowiedzi pisemnej	0



Wykonanie zadań / ćwiczeń / projektu podczas zajęć	0
Wykonanie zadań / ćwiczeń / projektu poza zajęciami	0
Wypowiedzi ustne podczas zajęć (np. w trakcie dyskusji, debaty)	0
Inny	0
Razem	100

Rozliczenie pracy własnej studenta

L.p.	Czynności w ramach pracy własnej	Oznaczenie czynności (wpisać TAK lub NIE)	Szacowana liczba godzin	
			Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Przygotowanie do udziału w zajęciach (np. wstępna lektura, przygotowanie lub zgromadzenie materiałów, pomocy, przygotowanie referatu lub prezentacji na zajęcia itp.)	TAK	10	14
2.	Wykonanie ćwiczeń lub zadań po zajęciach (jako utrwalenie lub rozszerzenie treści z odbytych zajęć)	TAK	10	15
3.	Realizacja zadania projektowego poza zajęciami			
4.	Przygotowanie pracy pisemnej poza zajęciami			
5.	Lektura obowiązkowa	TAK	25	30
6.	Obowiązkowe zapoznanie się z innymi materiałami lub treściami (np. materiałami audio, video, narzędziami, pomocami, oprogramowaniem, sprzętem, aktami prawnymi, dokumentacją, warunkami miejsca pracy itp.)			
7.	Przygotowanie do kolokwium			
8.	Przygotowanie do egzaminu	TAK	15	15
9.	Inne			
Razem			60	74

Literatura obowiązkowa

1.	Wawrzak-Chodaczek, M. (2017). <i>Komunikacja interpersonalna i masowa: wybrane teorie i praktyki</i> . Oficyna Wydawnicza „Impuls”
2.	Barge, J. K., Morreale, S. P., Spitzberg, B. H. (2017). <i>Komunikacja między ludźmi: motywacja, wiedza, umiejętności</i> . Wydawnictwo Naukowe PWN.
3.	Horodecka, A. (2015). <i>Sociology of communication</i> . Szkoła Główna Handlowa w Warszawie.

Literatura uzupełniająca

1.	Hartley, K. (2020). <i>Komunikacja w kryzysie</i> . Wydawnictwo Naukowe PWN.
2.	Bronowicz, M. (2014). <i>Komunikacja wizualna: public relations, reklama, branding</i> . Wydawnictwo Astrum.
3.	McNair, B. (2018). <i>An introduction to political communication</i> . Routledge.

Inne materiały dydaktyczne

1.	
2.	
3.	