

Nazwa kierunku studiów	Biokosmetologia
Nazwa modułu, także nazwa w języku angielskim	Komunikacja interpersonalna Interpersonal communication
Język wykładowy	polski
Rodzaj modułu	fakultatywny
Poziom studiów	pierwszego stopnia
Forma studiów	stacjonarne
Rok studiów dla kierunku	IV
Semestr dla kierunku	7
Liczba punktów ECTS z podziałem na kontaktowe/niekontaktowe	2 (1,36/0,64)
Tytuł naukowy/stopień naukowy, imię i nazwisko osoby odpowiedzialnej za moduł	Dr inż. Małgorzata Góral-Kowalczyk
Jednostka oferująca moduł	Katedra Maszyn Rolniczych, Leśnych i Transportowych
Cel modułu	Celem modułu jest zapoznanie studentów z wybranymi zagadnieniami związanymi z komunikacją między osobami. Przekazana zostanie wiedza i umiejętności dotyczące etapów procesu komunikowania się, ich funkcji i rodzajów. Ponadto przedstawione zostaną zasady kreowania wizerunku i autoprezentacji.
Wymagania wstępne i dodatkowe	Brak
Treści programowe modułu	Program obejmuje: cechy komunikacji werbalnej i niewerbalnej, mowę ciała jako elementy komunikacji niewerbalnej, zarządzanie przestrzenią, zasady aktywnego słuchania, bariery utrudniające słuchanie, korzyści z efektywnego słuchania, istota wizerunku osobistego, zasady skutecznej argumentacji, kontrargumentowanie, istota i style negocjacji, etapy procesu negocjacji, mediacje, relację z mediami, komunikację grupową (wystąpienia publiczne i prezentacje, wydarzenia marketingowe, narzędzia do komunikacji grupowej), trudności w komunikacji. Ponadto zaprezentowane i przećwiczone zostaną techniki autoprezentacyjne, komunikacja niewerbalna podczas autoprezentacji, organizacja przestrzeni podczas rozmowy i kreowanie własnego wizerunku pod kątem przyszłego zawodu.
Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej	Literatura podstawowa: 1. Kutnyj P. 2021. Sztuka autoprezentacji i wystąpień publicznych. PWN, Warszawa.

	<p>2. Morreale S. P. i in. 2007. Komunikacja między ludźmi : motywacja, wiedza i umiejętności. PWN, Warszawa.</p> <p>Literatura uzupełniająca:</p> <p>1. Mruk H. [red.]. 2004. Komunikowanie się w marketingu. Polskie Wydaw. Ekonomiczne, Warszawa.</p> <p>2. Pieczykolan R. 2005. Informacja marketingowa. Polskie Wydaw. Ekonomiczne, Warszawa.</p> <p>3. Łaguna M., Markowicz B. Negocjacje i komunikacja w biznesie. 2003. Wydaw. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn.</p>
Planowane formy/działania/metody dydaktyczne	Metody dydaktyczne: Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych, krótkie filmy edukacyjne, praca z materiałami dydaktycznymi, przygotowanie prezentacji i publiczne wystąpienie.