

Sylabus przedmiotu

Przedmiot:	Warsztaty kreatywności i komunikacji
Kierunek:	Kreatywność społeczna, I stopień [6 sem], stacjonarny, ogólnoakademicki, rozpoczęty w: 2014
Tytuł lub szczegółowa nazwa przedmiotu:	WARSZTATY KREATYWNOŚCI I KOMUNIKACJI
Rok/Semestr:	I/2
Liczba godzin:	30,0
Nauczyciel:	Lato Aleksandra, dr
Forma zajęć:	konwersatorium
Rodzaj zaliczenia:	zaliczenie na ocenę
Punkty ECTS:	3,0
Godzinowe ekwiwalenty punktów ECTS (łącznie liczba godzin w semestrze):	30,0 Godziny kontaktowe z prowadzącym zajęcia realizowane w formie konsultacji 30,0 Godziny kontaktowe z prowadzącym zajęcia realizowane w formie zajęć dydaktycznych 10,0 Przygotowanie się studenta do zajęć dydaktycznych 5,0 Przygotowanie się studenta do zaliczeń i/lub egzaminów 5,0 Studiowanie przez studenta literatury przedmiotu
Poziom trudności:	podstawowy
Wstępne wymagania:	Zapraszam do wypełnienia ankiety potrzeb szkoleniowych: http://www.interankiety.pl/interankieta/c8e70308cd81725fb9199902b639f403 lub www.profesus.pl
Metody dydaktyczne:	<ul style="list-style-type: none"> • autoekspresja twórcza • dyskusja dydaktyczna • film • metoda projektów • metoda przypadków • metoda sytuacyjna • prelekcja • warsztaty grupowe • wykład konwersatoryjny • z użyciem komputera
Zakres tematów:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zasady pracy podczas warsztatu, ankieta potrzeb dydaktycznych 2. Pojęcie twórczości – różnice między twórczością a inteligencją 3. Czynniki sprzyjające twórczości 4. Ograniczenia procesu twórczego 5. Procesy twórcze 6. Dostosowywanie strategii działania do specyfiki problemu 7. Praca nad wybranym zadaniem 8. Prezentacja i omówienie prac zaliczeniowych w zakresie kreatywności 9. Współczesne teorie komunikacji i analizy terminologiczne 10. Komunikacja perswazyjna, czyli jak kreować przekonania i postawy odbiorców? Konformizm, nonkonformizm i postawy twórcze w procesie perswazji 11. Kreatywna komunikacja interpersonalna i komunikacja w grupie 12. Komunikacja asertywna w różnych indywidualnych i społecznych rolach 13. Komunikacja werbalna i niewerbalna jako twórcza i skuteczna strategia działania w obszarze życia jednostkowego i społecznego 14. Media i komunikacja oraz kreatywne uczestnictwo w życiu publicznym 15. Zasady skutecznej i kreatywnej komunikacji w społeczeństwie. Podsumowanie zajęć
Forma oceniania:	<ul style="list-style-type: none"> • ćwiczenia praktyczne/laboratoryjne • dokumentacja realizacji projektu • końcowe zaliczenie pisemne • obecność na zajęciach • ocena ciągła (bieżące przygotowanie do zajęć i aktywność) • projekt • realizacja projektu • zaliczenie praktyczne
Warunki zaliczenia:	Aktywność w trakcie warsztatów, przygotowanie projektu, pisemna praca zaliczeniowa

Literatura:	<p>Warsztaty kreatywności</p> <p>E. Nęcka, Trening twórczości</p> <p>E. Nęcka, Proces twórczy i jego ograniczenia</p> <p>E. Nęcka, Psychologia twórczości</p> <p>Warsztaty komunikacji</p> <p>Alberti R. E., Asertywność: sięgaj po to, czego chcesz, nie raniąc innych, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Sopot 2012.</p> <p>Baney J., Komunikacja interpersonalna, ABC a Wolters Kluwer business, Warszawa 2009.</p> <p>Bernacka R. E., Konformizm i nonkonformizm a twórczość, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie Skłodowskiej, Lublin 2004.</p> <p>Bierach A.J., Sztuka czytania z twarzy, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 1994.</p> <p>Boothman N., Przekonuj i zdobywaj zaufanie w 90 sekund, Techniki mistrza NLP, EDIT Sp. Zo.o., Warszawa 2009.</p> <p>Burgess J., Green J., Youtube. Wideo online a kultura uczestnictwa, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.</p> <p>Cialdini R., Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, tłum. B. Wojciszke, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Warszawa 2001</p> <p>Doliński D., Techniki wpływu społecznego, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2005.</p> <p>Fiske J., Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 1999.</p> <p>Gajlewicz M., Techniki perswazyjne. Podstawy, Difin, Warszawa 2009.</p> <p>Halavais A., Wyszukiwarki internetowe a społeczeństwo, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.</p> <p>Hamer H., Rozwój umiejętności społecznych. Jak skutecznie dyskutować i współpracować, Wydawnictwo Veda, Warszawa 2003</p> <p>Kirkpatrick D., Efekt Facebooka, Oficyna a Wolters Kluwer Business, Warszawa 2011 lub film dokumentalny pt. „Efekt Facebooka”.</p> <p>Król-Fijewska M., Trening Asertywności. Scenariusz i wykłady, Instytut Psychologii zdrowia i trzeźwości, Polskie Towarzystwo Psychologiczne, Warszawa 1993.</p> <p>Leathers D. G., Komunikacja niewerbalna: zasady i zastosowania, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.</p> <p>Rettberg J.W., Blogowanie, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012</p> <p>Sikorski W., Niewerbalna komunikacja interpersonalna: doskonalenie przez trening, Difin, Warszawa 2011.</p> <p>Tokarz M., Argumentacja, perswazja, manipulacja, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2006.</p> <p>Zimbardo P. G., Leippe M. R., Psychologia zmiany postaw i wpływu społecznego, tłum. P. Kwiatkowski, Zysk i S-ka, Poznań 2004.</p>
Dodatkowe informacje:	<p>Przedmiot prowadzony wspólnie z mgr Justyną Rynkiewicz.</p> <p>Kontakt; Aleksandra Lato: aleksandra lato@profesus.pl, strona internetowa: www.profesus.pl</p>

<p>Modułowe efekty kształcenia:</p>	<p>01 Ma podstawową wiedzę na temat teorii twórczości i komunikacji oraz ich społecznego znaczenia i wpływu na proces twórczy.</p> <p>02 Zna najważniejsze osiągnięcia w zakresie filozofii, socjologii i psychologii komunikacji i twórczości.</p> <p>03 Potrafi ocenić kreatywność i kompetencje komunikacyjne cudzego i własnego działania; potrafi wskazać przeszkody w kreatywnym myśleniu w procesie komunikacyjnym; potrafi samodzielnie wyszukiwać, weryfikować i oceniać informacje perswazyjne oraz ich wpływ na kreatywność.</p> <p>04 Potrafi - na podstawie zdobytych wiadomości - samodzielnie rozwijać własną i cudzą kreatywność oraz kreować indywidualne i społeczne przekonania i postawy; potrafi rozpoznać postawy twórcze w procesie perswazji.</p> <p>05 Potrafi przeanalizować problem i znaleźć najlepszą strategię rozwiązania oraz stosować zamiennie różne strategie rozwijania kreatywności i kreatywnego działania; potrafi dostosować metodę do tego, czy praca ma miejsce w grupie czy w pojedynkę; potrafi wykorzystać umiejętność komunikacji interpersonalnej i komunikacji w grupie w celu samodzielnego lub grupowego rozwiązywania problemów.</p> <p>06 Potrafi korzystać z wiedzy o różnorodnych technikach komunikacyjnych i kreatywnego myślenia, wie do jakich problemów stosować daną metodę oraz umie samodzielnie stworzyć metodę kreatywnego działania i skutecznej komunikacji.</p> <p>07 Rozumie znaczenie kreatywności i kompetencji komunikacyjnych dla wykonywanego zawodu; docenia wagę ciągłego treningu komunikacji interpersonalnej, myślenia twórczego i stosowania kreatywnych rozwiązań.</p> <p>08 Potrafi działać i komunikować się w wieloosobowych zespołach; potrafi w grupie przyjmować różne role i style komunikacyjne - zarazem kierować grupą, jak i wykonywać polecenia.</p> <p>09 Docenia znaczenie kreatywności w życiu społecznym; potrafi wykorzystać media (wyszukiwarki, media społecznościowe, wiedzotwórcze) jako narzędzia w kreatywnym uczestnictwie w życiu publicznym oraz ocenić i zweryfikować informacje pojawiające się w internecie.</p> <p>10 Potrafi rozwiązywać problemy w sposób kreatywny oraz dostosowywać techniki kreatywne i komunikacyjne do specyfiki zadania; potrafi przyjmować indywidualne i społeczne role oraz style komunikacyjne w celu podejmowania jęcia przedsiębiorczych i kreatywnych działań.</p> <p>11 Potrafi odnaleźć obszary, w których można działać w sposób kreatywny oraz wskazać potrzeby zaspokajane przez kreatywne działanie (ekspresja, zabawa, przekraczanie, potrzeba bycia skutecznym); potrafi rozpoznać indywidualne i społeczne style komunikacyjne i potrzeby oraz zastosować techniki komunikacyjne do pobudzania kreatywności jednostek i grup społecznych.</p>
-------------------------------------	---