

KARTA MODUŁU (sylabus)

1. Nazwa modułu: PSYCHOLOGICZNE I SPOŁECZNE UWARUNKOWANIA PRACY Z KLIENTEM		2. punkty ECTS
		3
		3. kod ECTS
		S/N1KOS-O-PSPK-I
4. Kierunek studiów: Kosmetologia	5. Ścieżka kształcenia: -	
6. Semestr studiów: I	7. Stopień: studia I stopnia	
8. Forma studiów: studia stacjonarne/niestacjonarne	9. Język wykładowy: polski	
10. Status modułu: obowiązkowy	11. Sposób zaliczenia: zaliczenie	
12. Grupa: moduły obligatoryjne z zakresu kształcenia ogólnego		
13. Forma zajęć	14. Metody dydaktyczne	15. Sposób realizacji zajęć
wykład	wykład z prezentacją multimedialną	zajęcia prowadzone z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość
ćwiczenia audytoryjne	ćwiczenia audytoryjne: analiza przypadków/ dyskusja/ praca w grupach	zajęcia prowadzone w salach dydaktycznych
16. Cele i zadania modułu: 1. Budowanie u studentów pozytywnego nastawienia do pracy z klientem. 2. Zaznajomienie studentów z zasadami właściwej komunikacji interpersonalnej w pracy. 3. Budowanie umiejętności kontaktu z klientem zgodnie z etykietą biznesu.		
17. Wymagania formalne: 1. Obecność na zajęciach. 2. Wykonanie ćwiczeń w trakcie zajęć. 3. Zaliczenie okresowych sprawdzianów. 4. Uzyskanie pozytywnej oceny z końcowego testu.		
18. Wymagania wstępne: 1. Znajomość podstawowych wiadomości z psychologii i socjologii dotyczących komunikacji interpersonalnej.		
19. Treści programowe:		
lp.	W - wykład / K - konwersatorium:	
W1	Wprowadzenie do modułu. Procesy komunikacji interpersonalnej.	
W2	Zasady i znaczenie skutecznej komunikacji werbalnej dla budowania relacji z klientem.	
W3	Zasady i znaczenie skutecznej komunikacji niewerbalnej dla budowania relacji z klientem.	
W4	Diagnoza partnera komunikacji – dostosowanie sposobu komunikacji do wybranych czynników socjodemograficznych.	
W5	Asertywne zachowania wobec klienta. Stres i strategie radzenia sobie ze stresem.	
W6	Konflikt interpersonalny.	
lp.	C - ćwiczenia / L - laboratorium:	
C1	Narzędzia skutecznej komunikacji z klientem.	
C2	Komunikacja werbalna. Styl w rozmowie. Umiejętność słuchania.	
C3	Niewerbalne akty komunikacji. Mowa ciała, jako narzędzie informacji o kliencie.	
C4	Obsługa klienta z klasą, czyli zasady etykiety biznesu.	

C5	Wyznaczanie granic – wybrane techniki zachowań asertywnych.			
C6	Diagnozowanie samooceny i postrzegania własnego ciała.			
20. Zakładane efekty uczenia się:				
Wiedza: zbiór opisów, faktów, zasad, teorii i praktyk, przyswojonych w procesie uczenia się, odnoszących się do dziedziny uczenia się lub działalności zawodowej				
Nr efektu	Efekt uczenia się - WIEDZA			
	Student, który zaliczył moduł:			
01	ma podstawową wiedzę z komunikacji interpersonalnej.			
02	posiada wiedzę w zakresie budzenia zaufania i wiarygodności, wywierania pozytywnego wrażenia.			
03	zna społeczno-psychologiczne uwarunkowania w kontakcie z klientem, style komunikowania, wyjaśnia przyczyny i mechanizmy powstawania konfliktów oraz nieporozumień podczas pracy z klientem.			
Umiejętności: zdolność wykonywania zadań i rozwiązywania problemów właściwych dla dziedziny uczenia się lub działalności zawodowej				
Nr efektu	Efekt uczenia się - UMIEJĘTNOŚCI			
	Student, który zaliczył moduł:			
04	posiada umiejętność aktywnego słuchania.			
05	potrafi zachować się asertywnie, okazując jednocześnie szacunek rozmówcy.			
Kompetencje społeczne: „kompetencje” oznaczają udowodnioną zdolność stosowania wiedzy, umiejętności i zdolności osobistych, społecznych lub metodologicznych ukazywaną w pracy lub nauce oraz w karierze zawodowej i osobistej.				
Nr efektu	Efekt uczenia się - KOMPETENCJE			
	Student, który zaliczył moduł:			
06	potrafi obsłużyć klienta na najwyższym poziomie i wykorzystać wiedzę o metodach efektywnego komunikowania się z klientem.			
20a. Odniesienie modułowych efektów uczenia się do kierunkowych efektów uczenia się:				
Nr efektu modułowego	Symbol EKK			
01	KK1P_W13			
02	KK1P_W13			
03	KK1P_W13			
04	KK1P_U17			
05	KK1P_U18			
06	KK1P_K09			
21. Sposoby oceny:				
F – formująca: F3-sprawdzian F6-ocena bieżąca (za wykonanie ćwiczeń)	P – podsumowująca: P4-zaliczenie na ocenę			
22. Sposób weryfikacji efektów uczenia się:				
Nr efektu	Treści programowe	Sposób oceny		
01	W1	F3, P4		
02	C1-C5	F6		
03	W1-W6, C1-C5	F3, F6, P4		
04	C1-C6	F6		
05	W5, C5	F3, F6		
06	W1-W6, C1-C6	F3, F6, P4		
23. Warunek zaliczenia modułu:				
Obowiązująca skala ocen ze sprawdzianów i pisemnego zaliczenia na ocenę:				
Dostateczny	Dostateczny plus	Dobry	Dobry plus	Bardzo dobry
50-59%	60-69%	70-79%	80-89%	90-100%
24. Całkowity nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia efektów uczenia się w godzinach oraz punktach ECTS:				
Ogółem stacjonarne	Ogółem niestacjonarne	stacjonarne	niestacjonarne	
75 h	75 h	3 ECTS		

- w tym liczba punktów ECTS za godziny kontaktowe z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego	1,2 ECTS [w tym 0,6 ECTS online]	0,96 ECTS [w tym 0,48 ECTS online]
- w tym liczba punktów ECTS za godziny realizowane w formie samodzielnej pracy	1,8 ECTS	2,04 ECTS

25. Wykaz literatury podstawowej *(wykorzystywana podczas zajęć i studiowana samodzielnie przez studenta)*

1. Birkenbihl V. F., Komunikacja niewerbalna 1998.
2. Gronbeck B., German K. i in., Zasady komunikacji werbalnej 2001.
3. Nęcki Z., Komunikacja międzyludzka, Kraków 2000.
4. Monroe A. H., Zasady komunikacji werbalnej, Warszawa 2004.
5. Jabłonowska L. Myśliwiec G., Współczesna etykieta pracy 2006.
6. Biernach A. J., Komunikacja niewerbalna, Wrocław 2007.
7. Davis M., Fanning P., McKay M., Sztuka skutecznego porozumiewania się, Gdańsk 2007.
8. Antczak B. Antczan-Barzan A., Nowoczesne metody komunikacji w marketingu i public relations, Józefów 2018.

26. Wykaz literatury uzupełniającej:

1. Renaud J., Przewodnik antystresowy 1993.
2. Lemmermann H., Komunikacja werbalna 1997.
3. Argyle M., Psychologia stosunków międzyludzkich, Warszawa 2001.
4. Thomson T., Sposoby komunikacji interpersonalnej 2004.
5. Jaskółka A., Mowa ciała, Kielce 2007.
6. Stewart J., Mosty zamiast murów. Podręcznik komunikacji interpersonalnej, Warszawa 2008.
7. Fortuna P., Sprzedaż bez sprzedawania. Psychologia dobrego wpływu na klienta, Warszawa 2018.