

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Sztuka zaprezentowania własnej osoby dr Marcin Leszczyński

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

30 listopada 2018 r.

Organizatorzy



UNIWERSYTET
EKONOMICZNY
W POZNANIU

Komunikowanie – podstawowa metoda w public relations

Podstawy klasycznego public relations: [K. Wojcik 2013]

- komunikowanie,
- budowanie relacji (stosunków) z otoczeniem.



Etymologia terminu „komunikowanie”

Communicatio - komunikat, doniesienie

Communicare - dzielić między sobą, tworzyć
coś powszechnie wiadomym

Comunio - wspólność

Communis - wspólny, powszechny

Communico - mieć coś z kimś wspólnego

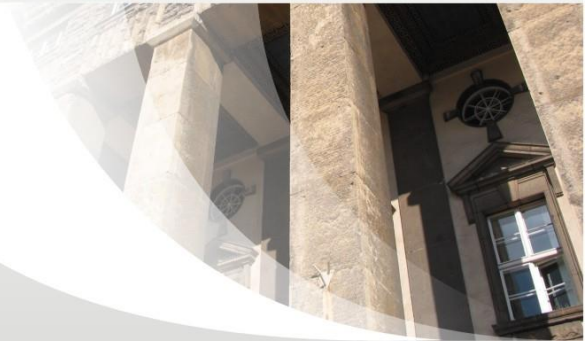
Com - nawzajem



Komunikowanie

Komunikowanie można rozumieć jako: [Goban-Klas 2001]

- transmisję (przekazywanie informacji),
- rozumienie (rozumiemy i jesteśmy rozumiani),
- oddziaływanie (pomiędzy podmiotami),
- łączenie (budowanie wspólnot),
- interakcję (symbole),
- wymianę (znaczeń),
- składnik procesu społecznego (wyrażanie norm, kontrola społeczna, tworzenie ról społecznych, ujawnianie oczekiwań).



Funkcje komunikowania

Podział funkcji komunikowania można zaprezentować w sposób następujący: [Gołata 2010]

- informacyjna – uzyskiwanie wiedzy o otoczeniu,
- edukacyjna – przekazywanie wiedzy i rozwój nauki,
- identyfikacji osobistej – wzmacnianie i przekazywanie wzorców zachowań i wartości,
- integracyjna – tworzenie więzi, budowanie ładu społecznego,
- mobilizacyjna – propaganda i perswazja,
- rozrywkowa – odprężenie.



Poziomy komunikowania

Szczeble komunikowania wg. D. McQuail'a [Wojcik 2013]

- intrapersonalne,
- interpersonalne,
- grupowe,
- międzygrupowe,
- organizacyjne,
- masowe



UNIWERSYTET EKONOMICZNY
W POZNANIU



Rodzaje komunikowania

Komunikowanie jednokierunkowe

Komunikowanie dwukierunkowe



UNIwersYTET EKONOMICZNY
W POZNANIU



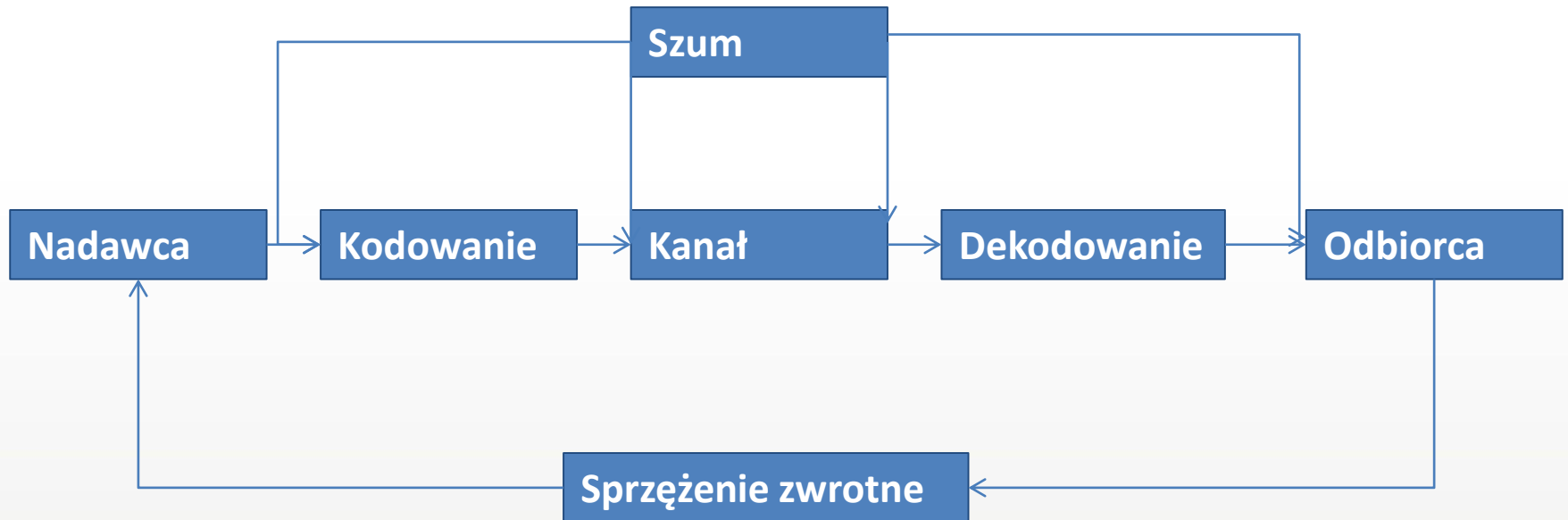
Proces komunikowania



UNIwersytet EKONOMICZNY
W POZNANIU



Proces komunikowania



Środki komunikowania



UNIWERSYTET EKONOMICZNY
W POZNANIU



Środki komunikowania

Słowo

Obraz

Kolor

Ruch

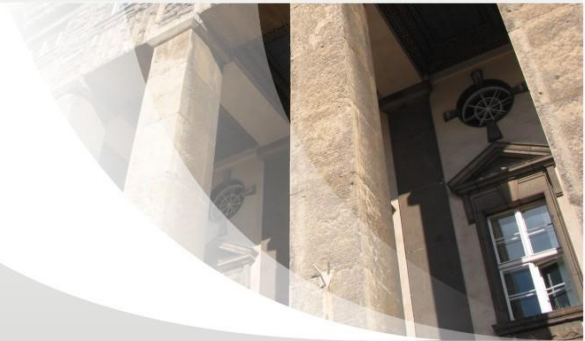
Światło

Mowa ciała

Zapach

Dotyk

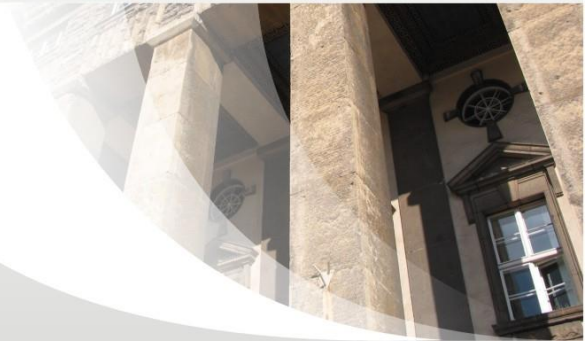
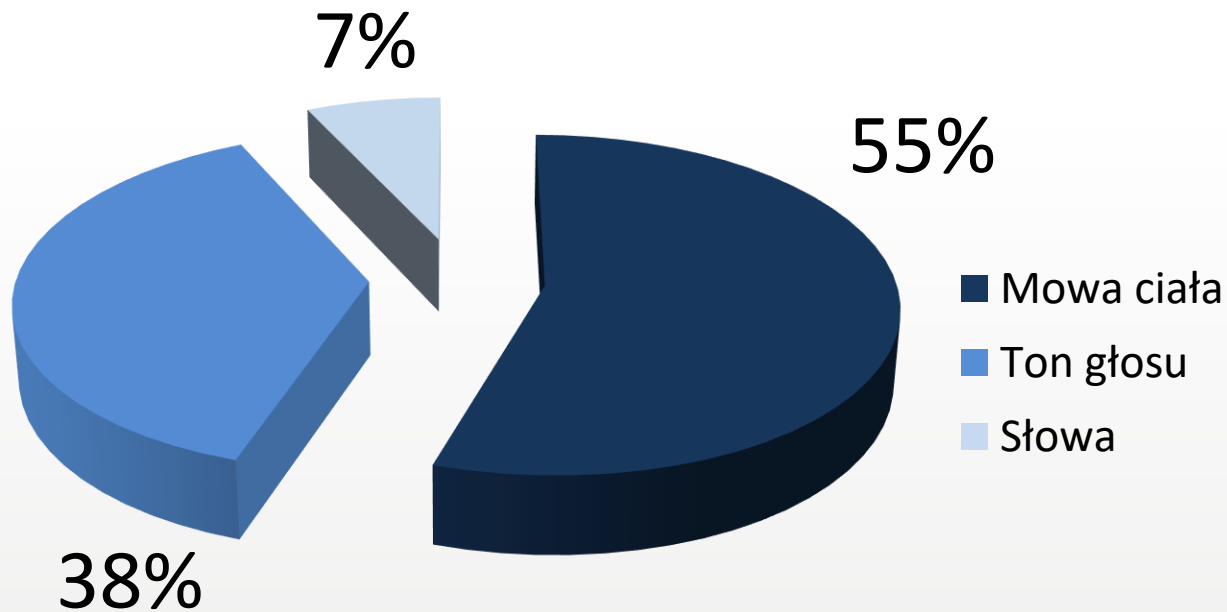
Przestrzeń



Obalamy mity

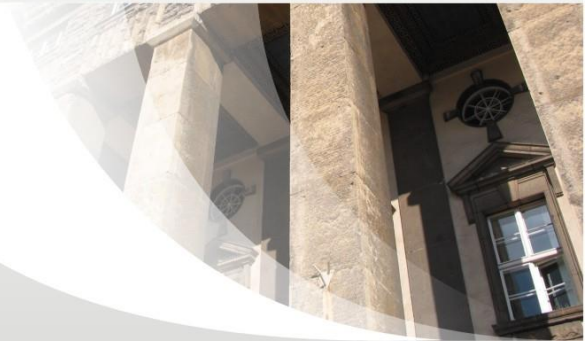
Reguła Mehrabiana

Struktura komunikatów



Komunikowanie werbalne i niewerbalne

Badania Hillel'a Aviezer'a



Komunikowanie werbalne i niewerbalne

Badania Hillel'a Aviezer'a



UNIwersYTET EKONOMICZNY
W POZNAŃU

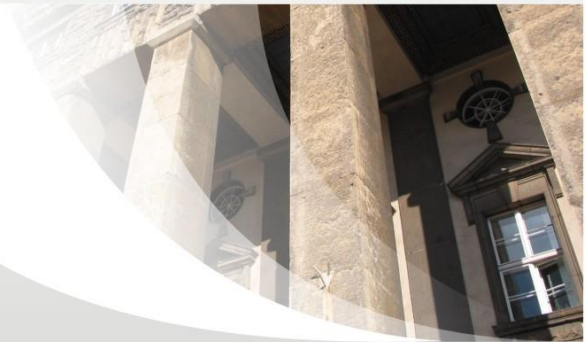


Komunikowanie werbalne i niewerbalne

Badania Hillel'a Aviezer'a



UNIWERSYTET EKONOMICZNY
W POZNANIU



Komunikowanie werbalne i niewerbalne

Badania Hillel'a Aviezer'a



Komunikowanie werbalne i niewerbalne

Badania Hille'a Aviezer'a



Tennis Face Answers

- 1 = Lost Point
- 2 = Won Point
- 3 = Won
- 4 = Lost
- 5 = Won
- 6 = Lost

Tennis Body Answers

- A = Winning
- B = Losing

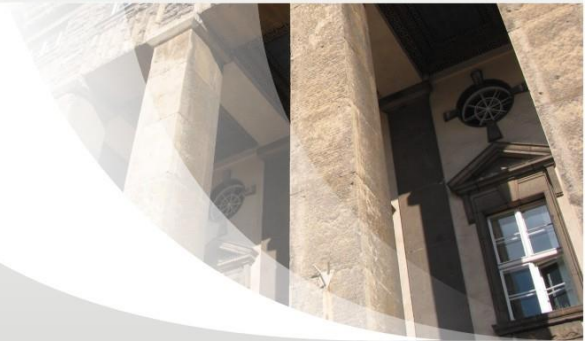


Komunikowanie werbalne i niewerbalne

Komunikowanie niewerbalne:

- proksemika (sfery dystansu),
- kinezyka (mimika, gesty, mowa ciała),
- chronemika, (postrzeganie czasu)
- hapyka, (dotyk)
- okulestyka, (spojrzenie)
- olfaktyka, (zapach)
- parajęzyk,
- wygląd,
- otoczenie.

Strefy dystansu	Odległość
Publiczna	>3,6 m
Spółeczna	1,2-3,6 m
Osobista	0,45 – 1,2 m
Intymna	<0,45 m



Postawa zamknięta i otwarta

Postawa
Ramiona
Wzrok
Głowa
Ręce



UNIWERSYTET EKONOMICZNY
W POZNANIU



Komunikowanie werbalne i niewerbalne

- Postawa

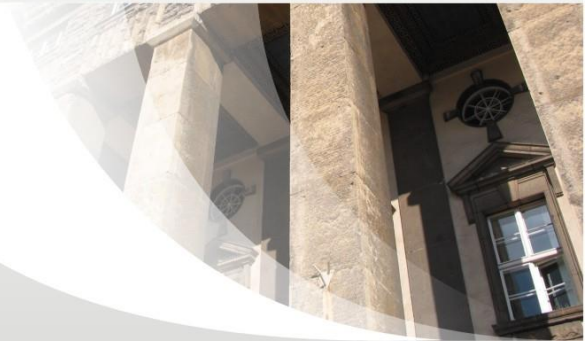
Otwarta	Zamknięta
Postawa wyprostowana	Pochylona postawa
Plecy wyprostowane	Przygrabione plecy
Swobodne ramiona	Skulone ramiona, podniesione barki
Naturalnie podniesiona głowa	Głowa opuszczona
Patrzenie przed siebie (w oczy rozmówcy)	Wzrok „wbity w ziemię”
Ręce swobodne	Skrzyżowane ręce



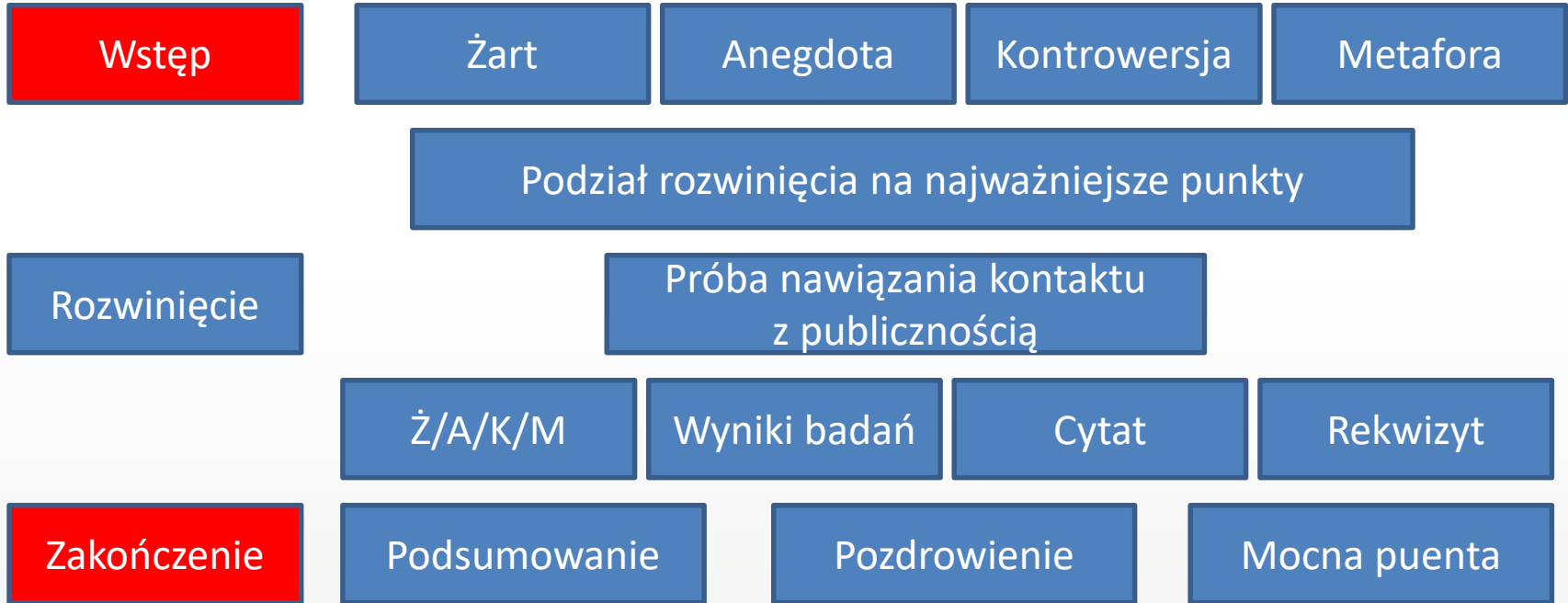
Komunikowanie werbalne i niewerbalne

- Gestykulacja

Gest	Znaczenie
Spora gestykulacja	Nie mam nic do ukrycia (Uwaga! – może rozpraszać rozmówcę)
Drżące i chaotyczne dłonie	Lęk, zdenerwowanie
Sztywne ręce i nieruchome dłonie	Strach, stres, złość
Zaciśnięta pięść	Złość, agresja, zwycięstwo



Struktura przemówienia



Przemówienie

Konferencja z okazji 60-lecia firmy

Branża: Firma produkująca luksusowe samochody

Z tej okazji firma wprowadza na rynek
specjalny model samochodu.

Zadanie: **wcielić się w rolę specjalistów ds. PR
i przygotować przemówienie dla Prezesa.**



UNIwersytet Ekonomiczny
w POZNANIU



Dziękuję 😊



UNIWERSYTET EKONOMICZNY
W POZNANIU

