



KAPITAŁ LUDZKI  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

WYŻSZA SZKOŁA   
GOSPODARKI  
W BYDGOSZCZY

www.wsg.byd.pl

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Człowiek - najlepsza inwestycja!

materiały do zajęć z przedmiotu:

## PSYCHOLOGIA

realizowanego w ramach projektu 3.3.2.


*„Nowe kompetencje - nowe możliwości  
nauczyciela przedmiotów zawodowych”*

studia podyplomowe: Przygotowanie Pedagogiczne  
opracował : *dr Remigiusz Koc*

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej  
w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wyższa Szkoła Gospodarki w Bydgoszczy  
85-229 Bydgoszcz, ul. Naruszewicza 11  
tel. 52 567 07 07 : e-mail: pp @byd.pl : www.pp.wsg.byd.pl





Psychologia jako nauka-

---

*dr Remigiusz Koc*

---

---

---

---

---

---

---

---

**„Psychologia ma długą przeszłość, ale krótką historię”**

---

„Zarys psychologii”  
(Abriss der Psychologie),  
Hermann Ebbinghaus; 1908 r.

---

---

---

---

---

---

---

---

początki psychologii

- 1879 rok - Wilhelm Wundt tworzy pierwsze w świecie laboratorium psychologiczne (Uniwersytet w Lipsku)
- data umowna z kilku względów
  - naukowe badania nad psychologicznym funkcjonowaniem człowieka prowadzono znacznie wcześniej (m.in. Webber, lata 30-te XIX wieku lub Wiliam James – 1874 rok:
- W pracowni Wundta prowadzono głównie badania nad wrażeniami, spostrzeżeniami i szybkością reakcji




Figure 29  
Wilhelm Wundt, Wundt (1852-1920)




Figure 30  
The Psychology Laboratory at the University of Leipzig, 1879. The laboratory was the first of its kind in the world.

---

---

---

---

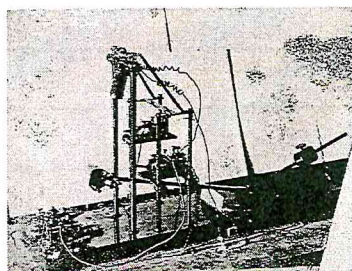
---

---

---

---

### Zanim stworzono komputer...



Przykład aparatury wykorzystywanej w laboratorium W. Wundta

---

---

---

---

---

---

---

---

### Narodziny naukowej psychologii

- Inne pracownie psychologiczne na świecie
  - 1884 Rosja (Włodzimierz BIECHTIERIEW)
  - 1886 Dania (A. LEHMAN w Kopenhadze)
  - 1888 Japonia (Y. MOTORA w Tokio)
  - 1889 Francja (H. BEAUNIS i A. BINET, Sorbona w Paryżu)
  - 1889 Włochy (G. SERGI w Rzymie)
  - 1890 Kanada (J.M. BALDWIN w Toronto)
- Początki psychologii w Polsce:
  - Władysław Heinrich - pracownia psychologii eksperymentalnej w roku 1903 na Uniwersytecie Jagiellońskim.
  - Kazimierz Twardowski – w roku 1907 we Lwowie założył pracownię psychologiczną
  - Edward Abramowski – w roku 1910 zakłada pracownię psychologiczną w Warszawie

---

---

---

---

---

---

---

---

### Główne nurty w psychologii

1. Psychologia introspekcyjna
2. Behawioryzm
3. Psychoanaliza
4. Psychologia humanistyczna
5. Psychologia kognitywna (poznawcza)

---

---

---

---

---

---

---

---

## 1. Psychologia introspekcyjna (przełom XIX i XX wieku)

- Zadaniem psychologii powinno być badanie zjawisk psychicznych definiowanych, jako zjawiska świadome (wrażenia, spostrzeżenia, wyobrażenia, uczucia, itd.)
- Podstawową metodą poznawania tych zjawisk miała być introspekcja.
- Krytyka: zbyt duże skoncentrowanie się na zjawiskach świadomych oraz pomijanie ograniczeń introspekcji jako metody badawczej

---

---

---

---

---

---

---

---

## 2. Psychologia behawioralna – behawioryzm (głównie do połowy XX wieku)

- Podstawowym celem było ustalenie praw rządzących ludzkim zachowaniem oraz związków między dostępnymi obserwacji bodźcami i reakcjami.
- Metafora „black box”
- Początki nurtu behawiorystycznego związane były z licznymi badaniami nad zachowaniem się zwierząt
- Zachowanie człowieka ma charakter reaktywny – jest reakcją na zmiany zachodzące w otoczeniu (Model bodziec - reakcja i Model bodziec - zmienne pośredniczące – zachowanie)
- Zachowanie człowieka jest zależne od procesów uczenia się i jest wynikiem stosowania wzmocnień (kar i nagród)
- Przedstawiciele (m.in. J. Watson, B. Skinner)




---

---

---

---

---

---

---

---

## Behawioryzm

- John WATSON - *Psychologia, jak ją widzi behawiorysta* - opublikowany w roku 1913 (polskie tłumaczenie ukazało się w roku 1981) - postulat, by psycholodzy badali tylko to, co da się badać obiektywnie, czyli zachowanie ludzi i zwierząt.
  - „(...) celem (...) [psychologii] jest przewidywanie i kontrola zachowania” (s. 497); „Ostatecznym celem, do którego zmierzam, jest odkrycie (...) metod, za pomocą których będę mógł sterować zachowaniem” (s. 506); „ (...) znajomość reakcji pozwoli przewidzieć bodźce; znajomość bodźców pozwoli przewidzieć reakcje” (s. 505)”

---

---

---

---

---

---

---

---

## Behawioryzm

- Wiesław Łukaszewski (2000, s. 90) scharakteryzował behawioryzm jako koncepcję człowieka - „*pionka sterowanego przez cechy sytuacji*”.
- Nowsze teorie uczenia się pozostają w zgodzie z klasycznym behawioryzmem

---

---

---

---

---

---

---

---

## 2. Psychologia behawioralna – behawioryzm (głównie do połowy XX wieku)

- Istnieją 2 podstawowe formy uczenia, kształtowania doświadczenia indywidualnego, tj.:
  - **warunkowanie klasyczne** – proces, w którym bodźce dotąd obojętne nabierają określonego znaczenia i zaczynają wywoływać określone reakcje
  - **warunkowanie instrumentalne** – proces uczenia się nowych reakcji

---

---

---

---

---

---

---

---

## 3. Psychoanaliza

- Przyjmowano założenie, że główna część zjawisk psychicznych ma charakter nieświadomy.
- W odróżnieniu od psychologii introspekcyjnej i od behawioryzmu psychoanaliza rozwijała się głównie poza środowiskiem uniwersyteckim.
- Rola nieświadomości - świadomość to zaledwie wierzchołek góry lodowej w odniesieniu do życia psychicznego
- Rola biologicznych popędów (eros i thanatos – popęd seksualny i popęd agresji)




---

---

---

---

---

---

---

---

### 3. Psychoanaliza



- Struktura ludzkiej psychiki
  - **id** – część nieświadoma, biologiczne instynkty
  - **superego** – mieści wszystkie uzewnętrznione normy, sposoby postępowania przez społeczeństwo
  - **ego** – część psychiki, której zadaniem jest stworzenie kompromisu między *id* i *superego* – ego próbuje znaleźć sposoby zaspokojenia potrzeb *id* w zgodzie z *superego*. Im bardziej *ego* jest dojrzałe, silne, tym lepsze rozwiązania potrafi znaleźć.

---

---

---

---

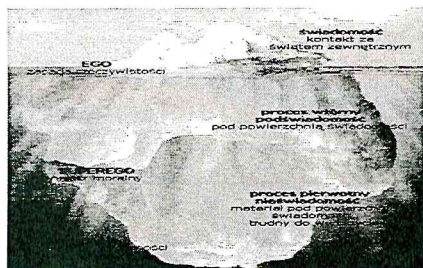
---

---

---

---

#### 3.1. Psychoanalityczne ujęcie – metafora góry lodowej




---

---

---

---

---

---

---

---

### 3. Psychoanaliza

- Największą część psychiki stanowi *Nieświadomość*.
- Na *Nieświadomość* składają się głównie treści, które kiedyś były świadome, ale ze względu na to, że budziły lęk lub wstyd, zostały ze *Świadomości* „wyparte”, wyrzucone i stawiają „opór” przy próbach ich ponownego uświadomienia sobie.

---

---

---

---

---

---

---

---

## Koncepcja rozwoju Freuda

- Freud uważał, że w toku rozwoju dziecka zmienia się obszar ciała, z którego pochodzą doznania sprawiające przyjemność. W związku z tym wyróżnił pięć faz:
  - oralna - u niemowląt dążenie do przyjemności koncentruje się na doznaniach z okolicy ust (faza oralna).
  - źródłem przyjemności staje się okolica odbytu (faza analna),
  - faza falliczna
  - w okresie 6 -12 lat jest czas utajenia dążenia do przyjemności cielesnych (faza latentna).

## Kontynuatorzy myśli Freuda

- Alfred ADLER (1870-1937) - naczelnym dążeniem człowieka jest „dążenie do mocy”,
  - dążenie do mocy jest wynikiem dążenia do pozbycia się „kompleksu małej wartości”.
  - zapoczątkował kierunek zwany *psychologią indywidualną*.
- Karol Gustaw JUNG (1905-1961) - istnieje nie tylko nieświadomość poszczególnych osób. Jest również *nieświadomość zbiorowa*, zawarta jest ona w symbolach, mitach, legendach itp.
  - Poszczególne składniki nieświadomości zbiorowej to tzw. *archetypy* czyli wyobrażenia, uosobienia, symbole ujmujące coś ważnego dla pewnej zbiorowości lub nawet ogółu ludzi.

## Kontynuatorzy myśli Z. Freuda

- Anna Freud
- stworzyła m.in. listę tzw. *mechanizmów obronnych* czyli nieświadomych zabiegów pozwalających zwalczyć lęk:
  - *Wyparcie (represja)* to całkowite zapomnienie o czymś, co wzbudzało lęk, wstyd lub inne przykre uczucia.
  - *Projekcja* (dosł. rzutowanie na zewnątrz) to przypisywanie innym własnych wad, niedoskonałości.
  - *Racjonalizacja* (jako mechanizm obronny) polega na szukaniu rozsądnych uzasadnień różnych stanów rzeczy po to, by nie myśleć o prawdziwym stanie rzeczy.
    - Racjonalizacją może być przypisywanie szlachetnych pobudek swoim mało szlachetnym czynom (np. rodzic wyladowuje swe napięcie na dziecku, ale wmawia sobie, że robi to, aby je dobrze wychować i odczytać czegoś niewłaściwego;
    - racjonalizacją jest też wmawianie sobie, że zła sytuacja ma dobre strony [tzw. „racjonalizacja typu *śłodka cytryna*”], albo że nie osiągnięcie celu nie szkodzi [tzw. „racjonalizacja typu *kwaśne winogrono*”]



4. Psychologia humanistyczna  
lata 50-60-te XX wieku

- Podnoszono znaczenie ludzkiej świadomości.
- Zajmowano się m.in. takimi zjawiskami jak twórczość, rozwój, duchowość, komunikowanie się.
- osoba jest całością, a 2 podstawowe aspekty tej całości to organizm i „ja”
- podstawową cechą ludzkiej natury jest tendencja do rozwoju i samorealizacji
- dobry kontakt z otoczeniem i sobą wymaga podjęcia ryzyka związanego z wzięciem odpowiedzialności za siebie, tj. za swoje myśli, uczucia, decyzje, działania




---

---

---

---

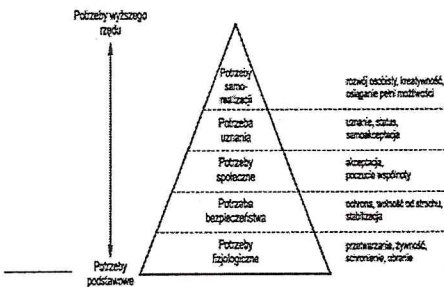
---

---

---

---

4.1. Humanistyczne podejście do jednostki – hierarchia potrzeb A. Maslowa




---

---

---

---

---

---

---

---

5. Nurytologiczne - podsumowanie

NAZWA	CZYM SIĘ ZAJMOWAŁA	METODY BADAWCZE	PRZEDSTAWICIELE	data
Strukturalizm	wrażeń	Introspekcja eksperyment	Wundt Titchener	1879
Psychoanaliza	Zaburzenia umysłowe Procesy niewiadome	Obserwacja kliniczna	Freud Adler Jung	1900
Psychologia humanistyczna	Twórczość, samorealizacja	Obserwacja, eksperyment	Maslow	1950
Behawioryzm	Zachowanie się (bodziec-reakcja)	Obserwacja eksperyment	Pawlow Watson, Skinner	1913

---

---

---

---

---

---

---

---

## Podstawowe pojęcia psychologii

- **Życie psychiczne (psychika)** – całokształt procesów psychicznych
- **Procesy psychiczne** – procesy regulacji stosunków jednostki z otoczeniem, np. procesy poznawcze (odpowiedzialne za poznanie rzeczywistości, takie jak np. wrażenia, spostrzeżenie, wyobrażenia, uwaga, pamięć, myślenie), procesy emocjonalne (wyrażające stosunek jednostki do różnych elementów tej rzeczywistości, np. strach, gniew, smutek, procesy motywacyjne (pobudzające do działania i ukierunkowujące działanie), procesy decyzyjne (dotyczące oceny sytuacji i podejmowania decyzji).
- **Zaspokojenie potrzeb** – cel regulacji psychicznej, do którego zmierza zachowanie człowieka (potrzeby braku i potrzeby wzrostu)

---

---

---

---

---

---

---

---

## Sposoby definiowania psychologii

- wybrane podejścia



Psychology

---

---

---

---

---

---

---

---

## Psychologia jako „nauka o duszy”

- Psychologia to „... nauka poznająca własności i prawa duszy, które sami w sobie stwierdzamy bezpośrednio przez doświadczenie wewnętrzne, a drogą wnioskowania przez analogię – przypisujemy również innym” (Franz Brentano, 1874 / 1999 s. 10)
- „Psychologia jest nauką mającą na celu badanie duszy ludzkiej w najgłębszej treści jej przejawów świadomych i nieświadomych” (Radziszewski)

---

---

---

---

---

---

---

---

### Psychologia jako nauka o psychice

- „Psychologia zajmuje się zjawiskami psychicznymi, ich opisem, badaniem oraz wykrywaniem związków i prawidłowości zachodzących między zjawiskami psychicznymi. Psychologowie interesują więc warunki powstawania procesów psychicznych, ich przebieg, a także następstwa” (Nowacki, 1962, s. 9)

---

---

---

---

---

---

---

---

### Psychologia jako nauka o psychice i zachowaniu się człowieka

- „Psychologia to badanie umysłu i zachowania”.
- „Ta dyscyplina obejmuje wszystkie aspekty doświadczeń człowieka – od funkcjonowania mózgu po działania narodów, od rozwoju dziecka po troskę o osoby sędziwe. W każdym miejscu, czy to w ośrodkach badań naukowych czy to w placówkach ochrony zdrowia psychicznego, zadaniem psychologów jest ‘rozumienie zachowania’”. (definicja wg APA)

---

---

---

---

---

---

---

---

### Jaka jest psychologia

- Psychologia potoczna
- Psychologia naukowa
  - Opis
  - Wyjaśnianie
  - Przewidywanie

---

---

---

---

---

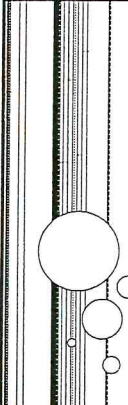
---

---

---

**SKUTECZNA KOMUNIKACJA  
W PRACY NAUCZYCIELA**

*dr Remigiusz Koc*



---

---

---

---

---


---

---

---

**NA CO PRZED W SZYSTKIM ZWRACAMY  
UWAGĘ W KONTAKCIE Z DRUGIM  
CZŁOWIEKIEM?? – podejście Mehrabiana**

- O czym mówi... 7%
- Jak mówi... 38%
- Mowa ciała – 55%



---

---

---

---

---

---

---

---

**MOWA CIAŁA – NAJWAŻNIEJSZE SKŁADNIKI:**

- Mimika
- Gestykulacja
  - Gesty otwarte *versus* gesty zamknięte
- Ruchy ciała, postawa ciała
- Reakcje wegetatywne – co nas zdradza...
- Makijaż, strój itp.

---

---

---

---

---

---

---

---

### JAKA JEST OPTYMALNA KOMUNIKACJA WERBALNA?

- o Dostosowana do możliwości odbioru i rozumienia partnera rozmowy
- o Wykorzystująca metody nawiązywania i podtrzymywania kontaktu (parafrazowanie, odzwierciedlanie)
- o Oparta na właściwym formułowaniu pytań
- o Uwzględniająca aktywne słuchanie
- o O adekwatnym tempie wypowiedzi

---

---

---

---

---

---

---

---

### AKTYWNE SŁUCHANIE

- o Z niektórych badań wynika, że ludzie wykorzystują zaledwie 25% umiejętności słuchania.
- o Słyszenie i słuchanie to dwa różne procesy.
  - Słyszenie odbywa się automatycznie i oznacza fizyczny odbiór dźwięków.
  - Słuchanie jest procesem wymagającym aktywności, uwagi, koncentracji, a więc zaangażowania odbiorcy.

---

---

---

---

---

---

---

---

### PARAFRAZOWANIE

- o Jest to ujmowanie własnymi słowami tego, co nasz rozmówca powiedział.
- o Parafraza daje nam możliwość upewnienia się, czy dobrze zrozumieliśmy wypowiedź drugiej osoby.
- o Warto ją stosować wtedy, gdy przekazywane są nam ważne informacje.

---

---

---

---

---

---

---

---

## PARAFRAZA

o Parafrazę można zacząć od następujących słów:

- „Czy chcesz przez to powiedzieć...”,
- „Innymi słowy...”,
- „Jeśli Cię dobrze zrozumiałem...”,
- „Zatem twierdzisz, że...”,
- „Chcesz powiedzieć, że...”,
- „Czyli rozumiem, że...”,




---

---

---

---

---

---

---

---

## PARAFRAZA

o Przykłady parafrazy:

a)

- **A:** Przeprowadzamy się w styczniu i zmieniamy dzieciom szkołę.
- **B:** Czyli rozumiem, że chcecie Państwo, aby semestr letni dzieci zaczęły już w innej szkole?

b)

- **A:** Nie mam dziś czasu, idę do męża do szpitala.
- **B:** Czy chcesz przez to powiedzieć, że Twój mąż jest w szpitalu?




---

---

---

---

---

---

---

---

## PARAFRAZA

Zalety stosowania parafrazy:

- sygnalizuje rozmówcy, że aktywnie go słuchamy, a także, że jesteśmy zainteresowani tym, co do nas mówi,
- umożliwia zrozumienie intencji rozmówcy,
- stwarza nadawcy możliwość usłyszenia tego, co właśnie powiedział,
- daje dodatkowy czas na zastanowienie się,
- zachęca rozmówcę do dalszej wypowiedzi.




---

---

---

---

---

---

---

---

## PARAFRAZA

o To bardzo proste narzędzie, a pomaga unikać błędów, nieporozumień w komunikacji:

- A: Przeprowadzamy się w styczniu i zmieniamy dzieciom szkołę.
- B: Czyli rozumiem, że chcecie Państwo, aby semestr letni dzieci zaczęły już w innej szkole?
- A: Zdecydowaliśmy z mężem, że dopiero od przyszłego roku przepiszemy ich do nowej szkoły, a tymczasem będziemy je dowozić do tutaj.



---

---

---

---

---

---

---

---

## BŁĘDY W STOSOWANIU PARAFRAZY:

o Zbyt wczesne interpretowanie wypowiedzi rozmówcy

- Nietrafione interpretacje budzą irytację partnera
- Istotą parafrazy jest zrozumienie intencji rozmówcy, a nie ocenianie ich, polemika i komentowanie



---

---

---

---

---

---

---

---

## PRECYZOWANIE

o To inaczej dopytywanie, zadawanie pytań rozmówcy w celu uzyskania dokładniejszych informacji.

o Daje sygnał rozmówcy, że jesteśmy zainteresowani tym, co do nas mówi.



---

---

---

---

---

---

---

---

## PYTANIA

- Trafny dobór pytań sprawi, że rozmowa będzie przebiegać dużo sprawniej i o wiele przyjemniej.
- Wyróżniamy pytania otwarte i zamknięte. Każde z nich ma swoje zastosowanie i może być użyteczne w pewnych sytuacjach.

---

---

---

---

---

---

---

---

## PYTANIA OTWARTE VS PYTANIA ZAMKNIĘTE

- Pytania zamknięte:
  - zawężają możliwość odpowiedzi do kilku alternatyw, najczęściej do słów: „tak” lub „nie”,
  - ograniczają możliwość wypowiedzania się naszemu rozmówcy.
- Pytania otwarte:
  - nie ograniczają możliwości odpowiedzi,
  - dają szansę rozmówcy na swobodne wypowiedzenie się.

---

---

---

---

---

---

---

---

## PYTANIA OTWARTE VS PYTANIA ZAMKNIĘTE

Pytania zamknięte najczęściej zaczynają się od słowa:

- *Czy...?*

Pytania otwarte najczęściej zaczynają się od słów:

- *Kto...?*
- *Co...?*
- *Gdzie...?*
- *Kiedy...?*
- *Jak...?*
- *Jaki/jaka/jakie...?*
- *Który/która/które...?*
- *Dlaczego...?*

---

---

---

---

---

---

---

---



## PYTANIA OTWARTE

### Kiedy należy używać pytań otwartych?

- szczególnie na początku rozmowy, w fazie nawiązywania kontaktu,
- gdy chcemy uzyskać od rozmówcy jak najwięcej informacji, poznać jego preferencje, opinie, zainteresowania
- gdy chcemy sprawić, aby rozmówca się przed nami „otworzył”,

---

---

---

---

---

---

---

---

## PYTANIA ZAMKNIĘTE

### Kiedy należy używać pytań zamkniętych?

- gdy chcemy uzyskać konkretne informacje,
- gdy chcemy uzyskać potwierdzenie lub zaprzeczenie odnośnie konkretnych informacji,
- gdy chcemy uzyskać jasne stanowisko rozmówcy odnośnie tematu rozmowy,
- gdy chcemy zakończyć dany etap rozmowy i przejść do kolejnego.

---

---

---

---

---

---

---

---

## SPOSTRZEŻENIA A WNIOSKI

o **Spostrzeżenia** – są opisem tego, co widzimy, słyszymy w zachowaniach drugiej osoby

- *Widzę, że co chwilę spoglądasz na zegarek.*
- *Zauważyłam, że Jasiu nie zgłasza się na lekcji.*

o **Wnioski** – są interpretacją spostrzeżeń

- *Chyba się ze mną nudzisz, bo co chwilę spoglądasz na zegarek.*
- *Jasiu często jest nieprzygotowany – w ogóle nie udziela się w trakcie zajęć.*

---

---

---

---

---

---

---

---

### SPOSTRZEŻENIA A WNIOSKI – CD.

Posługując się wnioskami, warto zaznaczyć, że są to **nasze subiektywne odczucia**:

*Wydaje mi się, że się ze mną nudzisz (...)*

Kiedy używamy wniosków, zamiast spostrzeżeń, istnieje prawdopodobieństwo, że są one mylną interpretacją i możemy kogoś urazić (szczególnie, jeśli do wniosku dodamy silnie negatywną ocenę):

*Chyba się ze mną nudzisz, co chwilę spoglądasz na zegarek, jest to bardzo niegrzeczne!*




---

---

---

---

---

---

---

---

### ZAMIANA KOMUNIKATÓW NEGATYWNYCH NA POZYTYWNE

o Unikaj stosowania słowa MUSZE, np.

- *Musi Pan porozmawiać o tym z córką.*

Słowo „muszę” wywołuje poczucie przymusu u rozmówcy, dlatego lepiej zastępować je innymi wyrazami, np. „warto”.

- *Myszę, że warto, aby porozmawiał Pan o tym z córką.*




---

---

---

---

---

---

---

---

### ZAMIANA KOMUNIKATÓW NEGATYWNYCH NA POZYTYWNE CD.

o Unikaj słowa NIE

- Słowo „nie”, ma często negatywny wydźwięk, ponieważ przez nasz umysł jest odbierane w drugiej kolejności, czyli mówiąc:

*Nie będę przeszkadzać,*  
nasz umysł najpierw odbiera komunikat:

*Będę przeszkadzać,*  
dopiero później dodaje do interpretacji zaprzeczenie „nie”.




---

---

---

---

---

---

---

---

ZAMIANA KOMUNIKATÓW NEGATYWNYCH  
NA POZYTYWNE - ĆD.

Zamiast mówić:

(-) *Pański syn to niegłupi chłopak.*

Powiedz

(+) *Pański syn to mądry chłopak.*

---

---

---

---

---

---

---

---

KOMUNIKATY „JA” ZAMIAST „TY”

o Stosuj komunikaty „ja” – czyli mów o tym, jak ty odbierasz daną sytuację, bierz na siebie odpowiedzialność, np.

(-) Nie zrozumieliście mnie Państwo

(+) Wydaje mi się, że nie przedstawiłem/am tego dosyć jasno

(-) Niejasno się Pan wyraża.

(+) Chyba nie do końca Pana zrozumiałem/am

---

---

---

---

---

---

---

---

TYPY RODZICÓW

i sposoby porozumiewania się z nimi

---

---

---

---

---

---

---

---

### RODZIC MAŁOMÓWNY

- o jest zamknięty w sobie, nie wyraża wprost swoich oczekiwań

#### Co zrobić?

- stosować pytania otwarte,
  - o starać się wyciągnąć informacje o potrzebach, oczekiwaniach,
  - o próbować zdobyć zaufanie.




---

---

---

---

---

---

---

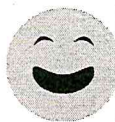
---

### RODZIC GADATLIWY

- o odbiega od tematu, jest sympatyczny, pozytywnie nastawiony, podejmuje wiele wątków na raz, często opowiada o swoim prywatnym życiu

#### Co zrobić?

- o Stosować pytania zamknięte, precyzujące.
- o Próbować w delikatny sposób sprowadzać rodzica do tematu głównego,




---

---

---

---

---

---

---

---

### RODZIC AGRESYWNY

- o bardzo drażliwy, szuka pretekstu, aby się „wyładować”, jego postawa emanuje pewnością siebie i hardością

#### Co zrobić?

- o uważać na słowa, nie dawać powodów do „potyczek słownych”,
- o nie wykazywać zbytnej inicjatywy,
- o nie okazywać emocji,
- o nie zadawać zbędnych pytań,
- o ograniczyć się do udzielania niezbędnych informacji.




---

---

---

---

---

---

---

---

**RODZIC ROSZCZENIOWY**

o Domaga się poświęcenia mu uwagi, okazania zainteresowania, „patrzy z góry”



**Co zrobić?**

- o uśmiechać się,
- o poświęcić dużo uwagi,
- o dostarczać informacji,
- o ukazywać swój profesjonalizm i kulturę osobistą,
- o odmawiać w sposób asertywny.




---

---

---

---

---

---

---

---

**RODZIC NARZEKAJĄCY**

o to osoba szukająca „dziury w całym”.  
Przychodzi, żeby sobie pogadać, ponarzekać.



**Co zrobić?**

- o nie polemizować,
- o dołączyć się do narzekania, jednak zmieniając obiekt narzekania – jeśli rodzic „narzekacz” mówi, że wycieczka, czy impreza klasowa, którą organizujemy dużo kosztuje, my zaczynamy narzekać, że wszystko drożeje albo opowiadamy, jak to ostatnio byliśmy zaskoczeni, kiedy poszliśmy do piekarni i okazało się, że chleb znowu zdrożał.




---

---

---

---

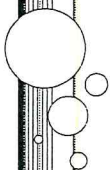
---

---

---

---

**KOMUNIKACJA NIEWERBALNA  
A INNE EFEKTY PSYCHOLOGICZNE  
ISTOTNE W ODBIORZE NASZEJ  
OSOBY I SPOSTRZEGANIU INNYCH**




---

---

---

---

---

---

---

---

## EFEKT PIERWSZEŃSTWA

- o Pierwsze wrażenie dotyczące innej osoby wpływa na to, że jej późniejsze zachowanie interpretujemy w sposób zgodny z tym pierwszym wrażeniem.
- o Jest to silny efekt, oporny na zmianę.

---

---

---

---

---

---

---

---

## Kogo będziesz bardziej cenić?



Inteligentny, przedsiębiorczy,  
impulsywny, krytyczny, uparty,  
zazdrosny

Zazdrosny, uparty, krytyczny,  
impulsywny, przedsiębiorczy,  
Inteligentny




---

---

---

---

---

---

---

---

## EFEKT AUREOLI (TZW. HALO EFFECT)

- o Spostrzeżenie jakiegóż zalety u innej osoby powoduje, że jawi się nam ta osoba jako bardziej pozytywna (zaleta „promienieje” na inne właściwości i cechy danej osoby)

- np.: fizyczna atrakcyjność danej osoby powoduje, że odbieramy ją bardziej pozytywnie
- korzystny wygląd upożytywnia daną osobę (nie ma to jednak wpływu na ocenę moralności)

---

---

---

---

---

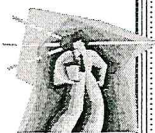
---

---

---

### SAMOSPEŁNIAJĄCE SIĘ PROROCTWO

- o proces, w którym oczekiwania obserwatora dotyczące spostrzeganej osoby powodują, że zachowuje się ona zgodnie z owymi oczekiwaniami



---

---

---

---

---

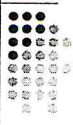
---

---

---

Slajd 1

**Autoprezentacja –  
wybrane aspekty**



---

---

---

---

---

---

---

---

---


---

Slajd 2

**Zamiast wprowadzenia...**

- Spożywamy mniej pokarmu w obecności partnera płci przeciwnej niż wówczas, gdy towarzyszy nam osoba tej samej płci.

**PRAWDA** **FAŁSZ**



---

---

---

---

---

---

---

---

---


---

Slajd 3

**Zamiast wprowadzenia...**

- Osoby badane oceniały koszulę jako znacznie mniej elegancką wówczas, gdy ubrana była w nią osoba mało lubiana.

**PRAWDA** **FAŁSZ**



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



Slajd 4

**Zamiast wprowadzenia...**

- Osoby często uśmiechające się w różnych sytuacjach społecznych są odbierane przez otoczenie jako mniej inteligentne.

PRAWDA      FAŁSZ

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 5

**Zamiast wprowadzenia...**

- Sztuczne (wymuszone) wywołanie uśmiechu u osoby powoduje, że osoba ta czuje się bardziej szczęśliwa a innych ludzi ocenia bardziej korzystnie.

PRAWDA      FAŁSZ

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 6

**1. Pierwsze spotkanie, czyli o istotnej roli efektu pierwszego wrażenia...**

---

---

---

---

---

---

---


---

---

---

Slajd 7


Kogo będziesz bardziej cenić?



Inteligentny, przedsiębiorczy,  
impulsywny, krytyczny, uparty,  
zazdrosny

---

Zazdrosny, uparty, krytyczny,  
impulsywny, przedsiębiorczy,  
Inteligentny



100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10% 0%

---

---

---

---

---

---

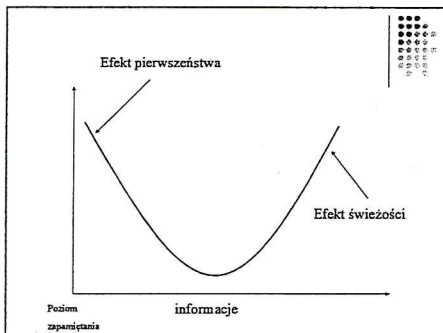
---

---

---

---

Slajd 8



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 9

Z czego wynika efekt pierwszeństwa?

- Efekt spadku uwagi
- Hipoteza ukierunkowanego rozwijania naszego sądu
  - informacje otrzymane jako pierwsze dostarczają nam pewnego kontekstu do odbioru danych w dalszej kolejności
  - inaczej Interpretujemy lojalność osoby mądrej - inaczej zaś mało inteligentnej

100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10% 0%

---

---

---

---

---

---

---

---

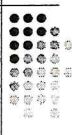
---

---

Slajd 10

**2. Skąd inni wiedzą, jacy jesteśmy?**

Znaczenie komunikacji niewerbalnej w kształtowaniu wizerunku



---

---

---

---

---

---


---

---

Slajd 11

**Na co zwracamy uwagę w kontakcie z drugim człowiekiem?**  
(„klasyczne” badania Alberta Mehrabiana)

- ☐ O czym mówi... 7%
- ☐ Jak mówi... 38%
- ☐ Mowa ciała – 55%



---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 12

**Badania Philpota (1983)**

65% - znaczenie sygnałów niewerbalnych

35% - znaczenie sygnałów werbalnych



---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 13

**Komunikacja niewerbalna:**

- wymiana pewnego rodzaju informacji między ludźmi,
- wymiana ta nie ma postaci kodu
- na ogół nie jest świadoma i zamierzona

---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

Slajd 14

**3. Komunikacja niewerbalna a inne efekty psychologiczne istotne w odbiorze naszej osoby i spostrzeganiu**

- Efekt aureoli
- Szatański efekt halo
- Efekt czystej ekspozycji
- Samospełniające się proroctwo
- Efekt bycia lepszym niż przeciętnie



---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

Slajd 15

**Efekt aureoli (tzw. halo effect)**

- Spostrzeżenie jakiejś zalety u innej osoby powoduje, że jawi się nam ta osoba jako bardziej pozytywna (zaleta „promienieje” na inne właściwości i cechy danej osoby)
- np.: fizyczna atrakcyjność danej osoby powoduje, że odbieramy ją bardziej pozytywnie
- korzystny wygląd upożywnia daną osobę (nie ma to jednak wpływu na ocenę moralności)



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 16

**Efekt bycia lepszym niż przeciętnie**

- przeciętny człowiek uważa siebie za lepszego niż przeciętnie pod prawie każdym względem:
  - Efekt jest silniejszy przy cechach pozytywnych niż negatywnych
  - Efekt jest silniejszy przy cechach moralnych niż sprawnościowych

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 17

**Efekt czystej ekspozycji** – im częściej jesteśmy wystawieni na ekspozycję bodźca, tym bardziej jesteśmy skłonni ten bodziec polubić

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 18

**Samospełniające się proroctwo**

- proces, w którym oczekiwania obserwatora dotyczące spostrzeganej osoby powodują, że zachowuje się ona zgodnie z owymi oczekiwaniami

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



Slajd 22

**Faza przygotowania prezentacji**

- Co? Do kogo? Jak? Po co?
- 3-5 prób prezentacji
- Oszacowanie czasu
- Określenie audytorium

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 23

**Wybrane aspekty wystąpień publicznych**

- zwracaj uwagę na miejsce, w którym będziesz prezentował temat (wygoda słuchaczy)
- ustal, co będzie poprzedzać Twoje wystąpienie oraz co zaplanowano po wystąpieniu
- uwzględniaj możliwość kilkuminutowego opóźnienia
- używaj ulotek, materiałów itp.

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 24

**Wybrane aspekty wystąpień publicznych**

- Pamiętaj o znaczeniu efektu pierwszego wrażenia, zacznij prezentację np. od:
  - zaskakujących danych statystycznych,
  - przykładów z życia,
  - anegdoty,
  - retorycznego pytania,
  - nawiązania do aktualnych wydarzeń

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 25

**Wybrane aspekty wystąpień publicznych**

- **Angażuj słuchaczy zadając pytania**
- **Unikaj pytań:**
  - Naprowadzających
  - Niejednoznacznych
  - Rozpoczynających się od słowa „dlaczego?”

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 26

**Wybrane aspekty wystąpień publicznych**

- Bądź blisko publiczności
- Zwracaj się do każdego z osobna
- Sprawdź jak publiczność odbiera twój występ
- **Powtarzaj głośno uwagi publiczności**
- Nieprzewidziane zajścia – nie udawaj, że ich nie zauważasz

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 27

**Wybrane aspekty wystąpień publicznych**

- Zwracaj uwagę na pierwsze zdania – powinny być jasne i pewnie przedstawione (naucz się ich na pamięć)
- Mów trochę głośniej (zwracaj się do osób w ostatnich rzędach)
- Unikaj patrzenia na jedną lub dwie osoby – stosuj technikę latarni

---

---

---

---

---

---

---

---



Slajd 28

**Wybrane aspekty wystąpień publicznych – umiejętne stosowanie pauzy**

- Odpowiednio zastosowana pauza może być bardziej skuteczna aniżeli komunikat werbalny – kiedy stosować:
  - Po kilku zdaniach wprowadzenia
  - Przed spójnikami
  - Kiedy dzieje się coś niespodziewanego
  - Gdy czytamy listę spraw, kwestii itp..

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 29

**Co robić, by zrozumiale mówić o trudnych kwestiach:**

- na początku powinno się skrótowo przedstawić najważniejszą ideę lub informację (tezę), która później będzie omawiana bardziej szczegółowo
- ograniczenie fachowych terminów
- stosować trafne metafory lub analogie
- stosowanie trafnych gestów, schematów

---

---

---

---

---

---

---

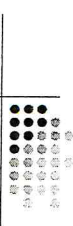
---

---

---

Slajd 1

Skuteczne kierowanie konfliktem na terenie szkoły/uczelni – identyfikacja, ocena, rozwiązanie



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 2

1. Wprowadzenie – podstawowe informacje i pojęcia



---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

Slajd 3

Tradycyjne kontra współczesne pojmowanie konfliktów

- Konflikt jako destruktywne zjawisko
  - Nacisk na unikanie konfliktów
  - Przepisywanie odpowiedzialności za konflikt jednej osobie lub grupie
- Konflikt jako stały element funkcjonowania organizacji i jednostki
  - Nacisk na kierowanie konfliktem i rozwiązywanie konfliktów
- Konflikt jako przydatny element w zarządzaniu zespołem, grupą itp.:
  - Kontrolowane generowanie konfliktów dla celów określonych grup, jednostek
  - Poszukiwanie wielu wyznaczników i przyczyn konfliktu



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 4

**Pojęcie konfliktu – o konflikcie mówimy wówczas, gdy...**

- Przynajmniej dwie strony
- Pomiedzy stronami istnieje współzależność
- Działania stron sporu są wzajemnie sprzeczne (wykluczają się)
- Strony są świadome „bycia w konflikcie”

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 5

**Korzyści z konfliktów**

- Potęgują wolę zmian (przełamują przyzwyczajenie, rutynę)
- Pogłębiają relacje międzyludzkie
- Wzmacniają grupę
- Rozwijają kreatywność
- Pogłębiają samoświadomość
- Budują „amplitudę emocjonalną”

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 6

**Zrozumieć konflikt = zrozumieć:**

- Przestrzeń, w której jesteśmy – warunki obiektywne
- Sposób, w jaki widzimy rzeczywistość – spostrzeganie
- Sposób, w jaki interpretuję zachowania innych ludzi i swoje
- Sposób, w jaki komunikuję się z otoczeniem
- Emocje, które przeżywam
- Sposób w jaki zachowuję się – poziom behawioralny

---

---

---

---

---

---

---

---

---

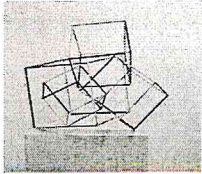
---



Slajd 10

**Główne przyczyny konfliktów**

- Osobowe
- Organizacyjne
- Społeczne



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50

---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

Slajd 11

**Osobowe źródła konfliktów - przykłady**

- Brak kompetencji komunikacyjnych
- Niski poziom empatii poznawczej i emocjonalnej
- Interesy osobiste
- Perfekcjonizm
- Samoocena
- Makiawelizm
- Nieufność
- Przesadna ambicja



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50

---

---

---

---

---

---

---

---

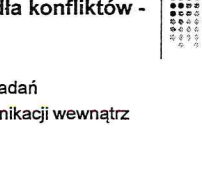
---

---

Slajd 12

**Organizacyjne źródła konfliktów - przykłady**

- Niejasność podziału zadań
- Nieefektywność komunikacji wewnątrz organizacji
- Przeciążenie
- Niewłaściwe procedury oceny
- Częste reorganizacje



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50

---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

Slajd 13

**Społeczne źródła konfliktów - przykłady**

- Bariery komunikacyjne
- Stereotypy
- Przekonania religijne
- Kryzysy
- Wartości



---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

Slajd 14

**II. Geneza konfliktów w świetle wiedzy psychologicznej**

1. Rola różnic interesów
2. Znaczenie społecznej tożsamości (teoria kategoryzacji społecznej)
3. Różnice światopoglądowe
4. Brak zgodności czynników statusu pomiędzy osobami publicznymi sprawującymi władzę (rozbieżność pomiędzy władzą a autorytetem)
5. Rozbieżność (niespójność) systemów wartości



---

---

---

---

---

---

---

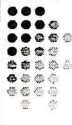
---

---

---

Slajd 15

**3. Dynamika konfliktu oraz style reagowania na konflikt**



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Slajd 16

Nie dochodzi do przekształcenia potencjalnej sytuacji konfliktowej w konflikt, gdy wystąpi:

- Jednostronne ustępstwo
- Porozumienie stron
- Współzawodnictwo (np. rywalizacja ekonomiczna)
- Arbitraż
- Debata




---

---

---

---

---

---

---

---

## Slajd 17

Narastanie konfliktu wiąże się z zastosowaniem destruktywnych form walki

- Presja psychologiczna (perswazja, namowy, demonstrowanie własnej siły)
- Atak słowny
- Manipulacja
- Zastosowanie środków przymusu fizycznego
- Atak fizyczny




---

---

---

---

---

---

---

---

## Slajd 18

**Eskalacja konfliktu**

- Pojawianie się coraz bardziej destrukcyjnych form walki
- Poszerzanie obszaru konfliktu
- Wzrost wagi sprawy, która stała się przedmiotem konfliktu (może przybierać postać moralizacji konfliktu)
- Przesuwanie coraz większej części posiadanych zasobów na rzecz walki z przeciwnikami
- Wzrost liczby uczestników konfliktu




---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 19

### Konflikt nierozwiązalny (intractable conflict)

- **Długotrwałość** – trwa przynajmniej przez jedno pokolenie; świadczy to o trudności jego rozwiązania a jednocześnie sprzyja narastaniu uprzedzeń, silnych emocji itp..
- Strony mają interes w utrzymaniu się sytuacji konfliktowej
- Sytuacje konfliktowe traktowane są jako gra o sumie zerowej
- Tendencje to rozwiązania konfliktu w oparciu o przemoc
- **Totalny charakter** – w percepcji stron spór jest wielopłaszczyznowy; dotyczy potrzeb i wartości stron konfliktu
- **Centralność konfliktu** – konflikt oddziałuje na codzienne życie jednostek

---



---



---



---



---



---



---



---

Slajd 20

### Orientacja wobec konfliktu (styl reagowania na konflikt)

---



---



---



---



---



---



---



---

Slajd 21

### Powiązanie wybranych ról grupowych z preferencją określonych stylów reagowania na konflikt (na podst. Arzta, Aystaran, 2008)

Rola w grupie	Charakterystyka roli grupowej	Preferowany styl reagowania na konflikt
Koordynator	przewodniczy grupie, koordynuje jej wysiłki dla osiągnięcia celu, dba o dyscyplinę w realizowanych zadaniach, podejmuje główne decyzje.	Główny: rywalizacja; Uzupelniający: współpraca
Badacz zasobów	dotarcza zespołowi nowe pomysły, skłania do poszukiwania nowości; pobudza członków grupy do znajdowania nowych możliwości.	Główny: rywalizacja; Uzupelniający: kompromis
Pracownik zespołu	wspiera emocjonalnie zespół, reaguje na potrzeby jego członków, jednocy grupę i dba o ducha pracy zespołowej	Główny: uleganie, Uzupelniający: unikanie
Sędzia	chłodno i racjonalnie ocenia pracę zespołu i możliwe konsekwencje kolejnych pomysłów, czuje się odpowiedzialny za grupę	Główny: Unikanie, uzupelniający: uleganie

---



---



---



---



---



---



---

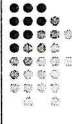


---



Slajd 22

**4. Wybrane narzędzia i techniki rozwiązywania konfliktów**



---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

Slajd 23

**Wybrane sposoby rozwiązywania konfliktów**

- Negocjacje
- Mediacje
- Arbitraż



---

---

---

---

---

---

---


---

---

---

Slajd 24

- **negocjacje** – forma porozumiewania się przeciwnych stron konfliktu gdzie zainteresowani składają wzajemne propozycje i kontrpropozycje, a problem jest rozwiązany pod warunkiem, że obie strony osiągną zgodę,



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 25

**Negocjacje**

- Etapy:
  - Wybór otoczenia, w którym może dojść do spotkania (miejsce neutralne, pozbawione zbędnych obserwatorów)
  - Uzgodnienie, że strony poświęcą czas i zasoby poznawcze w celu dążenia do porozumienia
  - Dyskusja na poszczególnych punktach widzenia
  - Przegląd przekonań i postaw sprzyjający obniżeniu poziomu wrogości oraz nieufności
  - Jawne ustalenie celów obu stron,
  - Zdefiniowanie rozbieżności oraz podobieństw
  - Wspólne generowanie alternatywnych celów oraz sposobów rozwiązania sporu
  - Podjęcie wspólnej decyzji i jej ocena ze względu na jej znaczenie dla realizacji zamierzeń każdej ze stron

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 26

**Błędy w przetwarzaniu danych spotykane w trakcie negocjacji**

- **tendencyjne wnioskowanie – nasze pierwsze przekonanie o drugiej stronie negocjacji mogą zniekształcać cały proces negocjacji**
- **brak odróżnienia poziomu faktów od poziomu interpretacji**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 27

**Błędy w przetwarzaniu danych spotykane w trakcie negocjacji**

- **fragmentaryczność spojrzenia – całościowe spojrzenie jest bardziej prawdopodobne w przypadku negocjacji grupowych**
- **przesadne uogólnienia – („zawsze”, „wszędzie”),**
- **wyolbrzymienie – nadmierne reagowanie w stosunku do dość drobnego bodźca**
- **egocentryzm „interpretacyjny”**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 28

**Błędy w przetwarzaniu danych spotykane w trakcie negocjacji**

- myślenie czarno-białe
- nieodpowiednie określenia słowne (etykietowanie jako źródło mechanizmu samospełniającej się przepowiedni)
- podejrzliwość i nastawienie paranoidalne
- czytanie w myślach – „wiem co chcesz powiedzieć...”

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 29

**Jak negocjować problemowo?**

- Oddzielaj ludzi od problemu
- Domagaj się obiektywnych kryteriów oceny wspólnego rozwiązania
- Szukaj możliwości dających korzyści obu stronom
- Skoncentruj się na interesach, a nie na stanowiskach

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 30

**MEDIACJE**

- jedna z najskuteczniejszych metod ingerowania w konflikt
- metoda szczególnie korzystna w sytuacji sporów zbiorowych oraz organizacyjnych
- **mediacje** – wyrażenie zgody na udział trzeciej strony przy rozwiązywaniu zaistniałego konfliktu

---

---

---

---

---

---

---

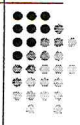
---

---

---

Slajd 31

**Nauczyciel jako mediator**



---

---

---

---

---

---

---

---

---


---

Slajd 32

**Etapy mediacji:**

1) **przygotowanie –**

- mediator nawiązuje wstępne kontakty z każdą ze stron,
- stara się wzbudzić zaufanie,
- wyjaśnia zasady prowadzenia mediacji i własną rolę;
- na tym etapie strony nie kontaktują się ze sobą



---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

Slajd 33

**2) początek formalnego spotkania**

- wyjaśnienie zasad mediacji
- uzyskanie zgody obu stron na respektowanie przyjętych zasad
- **Najważniejszy moment w tej fazie to uświadomienie wyraźnie stronom sporu konsekwencji trwania sporu**



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 34

3) prezentacja punktów widzenia przez obie strony –

- trzeba uważać by nie utracić akceptacji i zaufania przy takich kwestiach jak np. kolejność udzielania głosu
- strony konfliktu ustalają zakres omawianych spraw i określają swoje stanowiska
- mediator powinien ciągle żądać potwierdzenia na każdym etapie mediacji
- ustalenie kryteriów jakie powinno spełniać rozwiązanie konfliktu (ekonomiczne, personalne itp.)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 35

4) ustalenie możliwych (alternatywnych) sposobów rozwiązania konfliktu

5) ocena poszczególnych propozycji rozwiązania sporu

- strony oceniają przydatność alternatyw z perspektywy własnych celów

6) zamknięcie mediacji

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 36

Kim jest i jak powinien zachowywać się mediator

- mediator jest osobą, która określa
  - różnice pomiędzy dwiema stronami konfliktu,
  - ustala przyczyny tych różnic,
  - podpowiada sposoby definiowania sporu i wzajemnych interesów,
  - perswaduje, namawia i nakłania do zawarcia obustronnie korzystnego porozumienia

---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

Slajd 37

**Podstawowe zasady mediacji**

- odpowiedzialność za efekt procesu mediacyjnego spoczywa na mediujących stronach
- mediator musi zachować pełną neutralność
- obie strony muszą akceptować obecność i działania mediatora



---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

Slajd 38

**WSKAZÓWKI DLA MEDIATORA**

- zapoznaj się z sytuacją obu stron
- ustal zasady i akceptację
- interweniuj tylko w kwestiach formalnych
- nie zabieraj głosu zbyt często
- zapewnij o pełnej dyskrecji
- dbaj o dyscyplinę czasową



---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

Slajd 39

**WSKAZÓWKI DLA MEDIATORA**

- zaangażuj strony we wspólne nawet drobne zadanie
- dokonuj częstych podsumowań
- sugeruj rozwiązania a nie narzucaj ich
- staraj się aby strony osiągnęły porozumienie najpierw w mniej ważnych kwestiach



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 40

**ograniczenia mediacji**

- mediacja okazuje się nieskuteczna gdy obie strony mają nierealistyczne oczekiwania odnośnie sposobu rozwiązania sporu (ma to miejsce w konfliktach zadawnionych, które pozostawiono bez prób rozwiązania)

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 41

**arbitraż** – sposób rozwiązywania konfliktów polegający na tym, że trzecia strona narzuca rozwiązanie konfliktu skłóconym partnerom

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 42

**Warunki skutecznych negocjacji i mediacji**

- Spójrz na problem z perspektywy drugiej strony
- Stosuj aktywne metody słuchania podnoszące efektywność komunikacji i negocjacji
- Staraj się opanować negatywne emocje

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 43

Pytania, na które warto udzielić odpowiedzi przed przystąpieniem do negocjacji lub mediacji (J. Pommersbach):

- Czy strony są dobrze wyodrębnione i zdefiniowane?
- Czy strony są współzależne?
- Czy rzeczywiście mogą coś sobie zaoferować lub czymś zagrozić?
- Czy ta relacja jest obustronna?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 44

Pytania, na które warto udzielić odpowiedzi przed przystąpieniem do negocjacji lub mediacji (J. Pommersbach):

- Czy istnieją strony, które nie zostały wzięte pod uwagę, a których problem dotyczy i warto, aby brały udział w wypracowywaniu rozwiązań?
- Czy negocjatorzy obu stron mają uprawnienia do podjęcia decyzji, lub czy proces ratyfikacji porozumienia jest jasny i możliwy do zaakceptowania przez obie strony?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 45

Pytania, na które warto udzielić odpowiedzi przed przystąpieniem do negocjacji lub mediacji (J. Pommersbach):

- Czy strony rzeczywiście są gotowe do negocjacji/mediacji?
- Czy strony chcą osiągnąć porozumienie?
- Czy po obu stronach istnieje gotowość do zmiany swojego wstępnego stanowiska?
- Czy strony dopuszczają możliwość kompromisu?

---

---

---

---

---

---

---

---

---


---



Slajd 46

**Trudne sytuacje w procesie rozwiązywania konfliktów**

- Konflikt wartości
  - głośno „odłóż na bok” wartości
- Brak lub nadmiar danych
  - zadbaj o ujednoczenie danych, by mieć odpowiednie podstawy do rozmów
- Negatywne relacje między Tobą a partnerem
  - zmień nastawienie swoje i partnera na takie, które umożliwią rozmowy



---

---

---

---

---

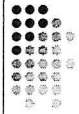
---

---

---

Slajd 47

**Konflikty – współczesne trendy i perspektywy rozwoju**



---

---

---

---

---

---


---

---

Slajd 48

**Zarządzanie poprzez stymulowanie konfliktu**

- Wywoływanie konfliktu dla realizacji określonych celów
- Systematyczne monitorowanie sytuacji konfliktowej
- Ocena konsekwencji wystąpienia konfliktu



---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 1



---

---

---

---

---

---

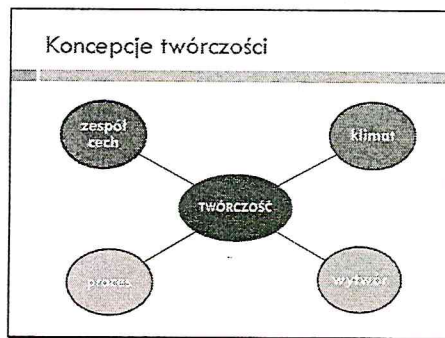
---

---

---

---

Slajd 2



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 3

- 
- Twórczość jako proces
- ❑ Jest to proces poprzedzający powstanie twórczego wytworu
  - ❑ Forma aktywności człowieka
  - ❑ Rozumiana jako sam akt tworzenia

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 4

**Twórczość jako wytwór**

- ☐ Efektem procesu twórczego lub aktywności ludzkiej jest twórczy wytwór (materialny bądź niematerialny)
- ☐ Twórczy wytwór cechuje się dwoma podstawowymi cechami: **nowością** i **wartością**, które muszą wspólnie występować

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 5

**Twórczość jako wytwór**

- ☐ **Problemy z definicją twórczego wytworu:**
  - ☐ **Nowość:**
    - ☐ Kiedy wytwór można uznać za nowy? Co to oznacza?
  - ☐ **Wartość**
    - ☐ Kiedy wytwór jest wartościowy?
    - ☐ Jest wiele rodzajów wartości:
      - ☐ poznawcze – związane z tworzeniem prawdy (np. nowa teoria naukowa)
      - ☐ estetyczne – związane z tworzeniem piękna (np. obraz)
      - ☐ pragmatyczne – związane z warunkami codziennego życia (np. szczepionka)
      - ☐ etyczne – związane z tworzeniem dobra (np. fundacja charytatywna)

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 6

**Twórczość jako wytwór**

Wartość	Forma
Poznawcze	Nauka
Estetyczne	Sztuka
Pragmatyczne	Wynalazczość
Etyczne	Działalność publiczna

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 7

**Składniki procesu twórczego**

- ☐ **Poznawcze**
  - ☐ Uwaga – u osób twórczych uwaga przepuszcza informacje pochodzące w większej liczby źródeł, ale lepiej filtruje informacje mało ważne od bardzo istotnych
  - ☐ Percepcja i wyobraźnia – wizualizacja problemu jest czynnikiem wspomagającym proces twórczy
  - ☐ Kategoryzowanie – udowodniono, że kategorie osób twórczych są stosunkowo szerokie i pojemne, co umożliwia włączanie w ich obręb obiektów należących do sąsiednich kategorii. Ponadto, w procesie twórczym istotna jest również zdolność do nietypowego kategoryzowania

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 8

**Składniki procesu twórczego**

- ☐ **Myślenie**
  - ☐ Ograniczenie fiksjacji funkcjonalnej
  - ☐ Przewaga myślenia dywergencyjnego nad konwergencyjnym
  - ☐ Zdolność wykorzystywania analogii w myśleniu
- ☐ **Pamięć**
  - ☐ Osoby twórcze charakteryzują się kodowaniem informacji nietypowym, alternatywnym i selektywnym
  - ☐ W fazie przechowywania istotne jest selektywne przypominanie oraz reminiscencja – paradoksalny efekt polegający na lepszym poziomie zapamiętania po pewnym czasie

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 9

**Składniki procesu twórczego**

- ☐ **Emocje**
  - ☐ Kocowski: emocje filokreatywne – emocje, które przyczyniają się do tworzenia nowych pomysłów (m.in. radość, zaciekawienie, sympatia)
  - ☐ Gordon: reakcja hedoniczna – pozytywny afekt odczuwany wówczas, gdy zbliżamy się do rozwiązania określonego problemu

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 10

**Składniki procesu twórczego**

- ☐ **Motywacja**
  - ☐ Motywacja immanentna, która polega na czerpaniu satysfakcji z samej czynności i tworzenia (Amabile, 1983)
  - ☐ Motywacją przydatną w stymulowaniu procesu twórczego jest ciekawość poznawcza
  - ☐ Motywacja osiągnięć zwykle nie sprzyja twórczości

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 11

**Twórczość jako zespół cech**

- ☐ Czy twórczość jest cechą powszechnie występującą, czy charakterystyczną dla nielicznych osób?  
Istnieją dwa podejścia:
  - ☐ **elitarnie** – twórczość występuje rzadko i można o niej mówić w przypadku „geniuszy”, wybitnych umysłów (duże natężenie nowości i wartości)
  - ☐ **egalitarne** – twórczość jest powszechna, cechuje każdego człowieka, tylko w różnym stopniu (cecha ciągła)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 12

**Twórczość jako zespół cech**

- ☐ Jeśli twórczy jest każdy człowiek, ale w różnym stopniu, oznacza to, że:



**TWÓRCZOŚĆ MOŻNA  
ROZWIJAĆ**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 13

**Twórczość jako klimat**

- ☐ Twórczy może być również klimat, otoczenie jednostki
- ☐ Środowisko, w którym żyjemy, może nas pobudzać do twórczości, bądź hamować naszą twórczość
- ☐ Zatem: Twórczy proces danej jednostki prowadzi do wytworu pewnych dzieł, a wszystko to dzieje się w określonym otoczeniu – stymulującym bądź hamującym.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 14

**Jaka jest osoba twórcza?**

- ☐ Z inicjatywą
- ☐ Otwarta na zmiany
- ☐ Pomysłowa
- ☐ Niekonwencjonalna
- ☐ Oryginalna
- ☐ Ciekawa świata
- ☐ Elastyczna
- ☐ Z fantazją
- ☐ Skłonna do ryzyka
- ☐ Łatwo się przystosowuje
- ☐ Dociekliwa, itp.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 15

**Osobowe bariery twórczości:**

- ☐ **Przekonania na własny temat** – „Ja nie jestem twórczy”, „To inni są twórczy”
- ☐ **Brak odwagi** – obawa przed ośmieszeniem, reakcją otoczenia na nowe pomysły, rozwiązania
- ☐ **Lenistwo** – czasem łatwiej jest robić wszystko „po staremu” niż opracować nowe, lepsze metody
- ☐ **Brak czasu** – tłumaczenie się brakiem czasu, zawsze są ważniejsze rzeczy do zrobienia – nie ma czasu na twórczość

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Slajd 16

### Barierzy twórczości występujące w otoczeniu:

- Zbyt duży poziom kontroli
- Biurokracja
- Nacisk na ścisłe trzymanie się zasad, planów, wytycznych
- Myślenie krótkowzroczne
- Brak samodzielności, niezależności
- Nadmierny krytycyzm
- Niechęć do zmian, konserwatyzm

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Slajd 17

### Jak tworzyć twórczy klimat?

#### Należy:

- Doceniać, nagradzać twórcze przejawy
- Organizować, wyznaczać czas na twórcze myślenie
- Zachęcać do twórczego myślenia
- Nie krytykować
- Pozwolić na samodzielność

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Slajd 18

### Proces twórczego rozwiązywania problemów etapy:

1. Odkrywanie celów – określanie zasięgu problemu
2. Odkrywanie faktów – zgromadzenie informacji
3. Odkrywanie problemu – właściwe zdefiniowanie problemu
4. Odkrywanie pomysłu – tworzenie właściwych rozwiązań problemu
5. Odkrywanie rozwiązania – ocena i wybór właściwych rozwiązań
6. Ocena pomysłu

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 19

Zdolności przydatne w procesie twórczym

- ☐ Myślenie indukcyjne
- ☐ Myślenie dedukcyjne
- ☐ Dokonywanie skojarzeń
- ☐ Abstrahowanie
- ☐ Metaforyzowanie
- ☐ Transformowanie

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 20

Przykłady ćwiczeń

- ☐ Myślenie indukcyjne
  - ☐ Jest to tworzenie uogólnień na podstawie jednostkowych faktów (wnioskowanie z niepewnych przesłanek)
    - ☐ np. łańcuch analogii
      - ☐ Drzewo ma się do lasu tak jak kartka do książki
      - ☐ Ślimak ma się do muszli tak jak...
      - ☐ Sandałki mają się do kozaków tak jak...

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 21

Przykłady ćwiczeń

- ☐ Myślenie dedukcyjne
  - ☐ Jest rozumowaniem logicznym, jednak nie musi zaprzeczać twórczości (np. twórcza dedukcja)
    - ☐ np. Co by było gdyby:
      - ☐ ludzie chodzili na rękach?
      - ☐ wszystkie dzieci były mądrzejsze od rodziców?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



Slajd 22

Przykłady ćwiczeń

**☐ Dokonywanie skojarzeń:**

- ☐ Twórcze osoby potrafią dokonywać odległych, zaskakujących skojarzeń
- ☐ Stwórz tańcuch skojarzeń, łączący słowa:
  - ☐ poezja – woda
  - ☐ korytarz – księżyc
  - ☐ lustro – pomarańcza
  - ☐ koń – Droga Mleczna

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 23

Przykłady ćwiczeń

**☐ Abstrahowanie**

- ☐ Jest to wyróżnianie jedynie określonych przez dane kryterium cech obiektu, a pomijanie innych
- ☐ np. Znajdź podobieństwa między dwoma przedmiotami:
  - ☐ but – ciupaga
  - ☐ nos – gwiazda
  - ☐ koń – drzewo

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 24

Przykłady ćwiczeń

**☐ Metaforyzowanie**

- ☐ Odnoszenie się do jednej rzeczy w terminach właściwej dla innej rzeczy
- ☐ np. Dokończ zdanie
  - ☐ Życie jest jak bańka mydlana, ponieważ...
  - ☐ Przyjaźń jest jak ląka, ponieważ...

---

---

---

---

---

---

---

---

Przykłady ćwiczeń

☐ Transformowanie

- ☐ Polega na zmianie pewnych cech, parametrów jakiegoś obiektu/procesu/przedmiotu.
- ☐ np. Zmień nazwę wybranych instytucji tak, aby były zabawne:
  - ☐ Urząd Skarbowy
  - ☐ Szkoła
  - ☐ Kino
  - ☐ Policja

---

---

---

---

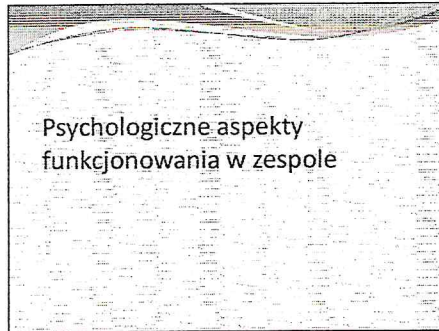
---

---

---

---

Slajd 1



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 2

Grupa	Zespół
Silny, wyraźnie określony lider	Rola lidera podzielona
Odpowiedzialność indywidualna	Odpowiedzialność indywidualna i zbiorowa
Cel grupy tożsamy z szerszą misją organizacji	Cel zespołu specyficzny dla danego zespołu
Indywidualne produkty pracy	Zespołowe produkty pracy
Odbywanie efektywnych spotkań	Zachęcanie do otwartych dyskusji i aktywnego zespołowego rozwiązywania problemów
Pośredni pomiar efektywności – przez wpływ na innych (np. dokonania finansowe)	Bezpośredni pomiar dokonań – przez ocenę zespołowych produktów pracy
Dyskutuje, decyduje i deleguje uprawnienia	Wspólnie dyskutuje, decyduje i wykonuje pracę

---

---

---

---

---

---

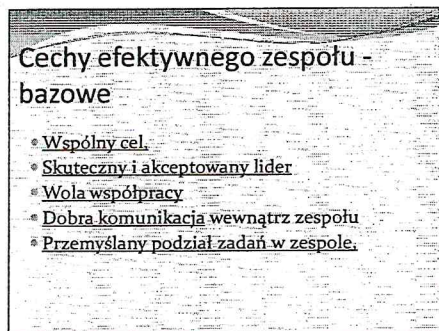
---

---

---

---

Slajd 3



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 4

**Cechy efektywnego zespołu - wspomagające**

- Wewnętrzna automotywacja
- Zaufanie interpersonalne
- Wspólnie ustalone zasady postępowania/normy
- Zróżnicowanie wewnątrz zespołu
- Elastyczność i otwartość na zmiany

---

---

---

---

---

---

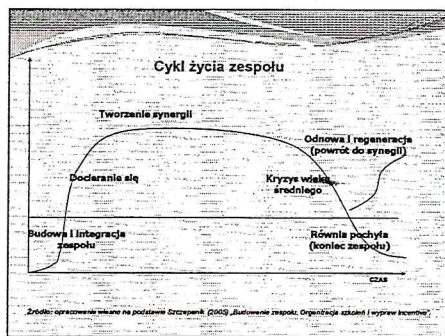
---

---

---

---

Slajd 5



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 6

**ETAP 1: Budowa i integracja**

- Dobór odpowiednich osób, tak, aby podział ról i kompetencji w zespole był odpowiedni
- Ważne, aby członkowie zespołu byli zróżnicowani
- Ważne, by suma kompetencji wszystkich osób przekraczała listę kompetencji potrzebnych do realizacji zadań, które stoją przed zespołem,
- Integracja zespołu
- Zapoznanie członków zespołu z jasno sprecyzowanymi celami (dotyczącymi grupy oraz indywidualnych osób)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 7

### ETAP 2: Docieranie się

- Każdy zna plan pracy zespołu, wie, czego się od niego oczekuje
- Zespół nie jest jeszcze zgrany
- Na tym etapie – pierwsze różnice w osobowościach i oczekiwaniach poszczególnych osób = etap konfliktów

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 8

### ETAP 3: Tworzenie synergii

- Ludzie są zintegrowani,
- Zadania jasno podzielone,
- Wszyscy widzą korzyści ze współpracy,
- Rozumieją się bez słów,
- Znają swoje słabe i silne strony,
- Potrafią się uzupełniać,
- Rola lidera -> wyznaczać długofalowe cele, nie ingerować przesadnie w planowanie działań poszczególnych osób, nie przeszkadzać tym, którzy dobrze pracują, motywować te osoby, które aktualnie przejawiają obniżoną motywację.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 9

### ETAP 4: Kryzys wieku średniego

- Pierwsze objawy zmęczenia i znudzenia
- Pojawia się obniżona motywacja
- Ludzie zaczynają uważać, że od dłuższego czasu robią to samo, więc się nie rozwijają,
- Wykonywane obowiązki są już rutyną, nie atrakcyjnym zajęciem,
- Pierwsze objawy wypalenia

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 10

**ETAP 5 A: Odnowa i reintegracja**

- To odpowiedź lidera,
- Zmiana zakresu obowiązków,
- Przedstawienie nowych zadań (urozmaicających pracę),
- Wprowadzenie nowej osoby do zespołu,
- Awansowanie niektórych osób,
- Delegowanie większej odpowiedzialności i decyzyjności,
- Zaangażowanie zespołu we wspólne planowanie, konsultowanie swoich decyzji z zespołem.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 11

**ROLE GRUPOWE**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 12

**Role grupowe**

- Są to charakterystyczne wzory zachowań przyjmowane przez jednostki podczas funkcjonowania w grupie.
- Przyjęta rola wynika z osobistych predyspozycji jednostki, a także z oczekiwań grupy i lidera.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 13

**Role przyjmowane w grupie**  
można podzielić na trzy rodzaje:

1. Role związane z zadaniem
2. Role związane z grupą
3. Role indywidualne

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 14

**1. Role związane z zadaniem**

- bezpośrednio związane z realizacją zadań,
- dotyczą sposobów działania, wyrażania opinii odnośnie celów, metod, poszukiwania pomocnych informacji itp.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 15

**Role związane z grupą**

- przyczyniają się do utrzymania grupy,
- związane z klimatem, relacjami w grupie,
- obejmują: motywowanie, wspieranie, ustalanie norm itp.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 16

### 3. Role indywidualne

- Są to role dysfunkcyjne, ponieważ opierają się na stawianiu własnych potrzeb nad potrzeby grupy
- Charakteryzują się skoncentrowaniem na własnej osobie
- Obejmują takie zachowania jak: wycofywanie, blokowanie działań grupy, wywyższanie, przesadne żartowanie, przyjmowanie roli bezradnego, potrzebującego ciągłej pomocy

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 17

### Konstruktywne role grupowe (Belbin, 2003)

Wyróżnia się osiem ról charakterystycznych dla dobrego zespołu:

1. Naturalny lider
2. Praktyczny organizator
3. Człowiek akcji
4. Siewca
5. Człowiek kontaktów
6. Sędzia
7. Człowiek grupy
8. Perfekcjonista

- Ludzie mają skłonność do przyjmowania określonej roli w grupie
- Czasem przyjmują inne role niż preferowana, jeśli istnieje takie zapotrzebowanie

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 18

### Naturalny Lider

- Motywuje, koordynuje działania grupy
- Ukierunkowany na cele
- Pewny siebie, zrównowagony
- Lubi dominować, ale nie jest agresywny
- Potrafi dostrzec i efektywnie wykorzystać potencjał członków grupy
- Potrafi kierować grupą i wywierać na nią wpływ

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



Slajd 19

**Praktyczny organizator**

- Jest nastawiony na praktyczną realizację zamierzeń
- Przekłada idee, plany na konkretne działania
- Posiada zdolności organizacyjne
- Jest zdyscyplinowany, systematyczny, obowiązkowy
- Nie lubi zmian
- Kieruje się zdrowym rozsądkiem

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 20

**Człowiek akcji**

- Lubi „mieć coś do powiedzenia” w grupie
- Stara się wywrzeć wpływ na sposób i kierunek działania grupy
- Lubi mieć wpływ na decyzje podejmowane przez grupę
- Jest dominujący, pobudzony, impulsywny
- Lubi rywalizować, stawiać grupie wyzwania, pobudzać do działania
- Chce widzieć szybkie rezultaty

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 21

**Siewca – człowiek idei**

- Generuje nowe pomysły, rozwiązania
- Jest oryginalny, kreatywny, introwertywny, inteligentny, ale też dominujący
- To typ myśliciela - indywidualisty, jest skoncentrowany na produkowaniu pomysłów
- Jak trzeba, to walczy o swoje pomysły, nie unika konfrontacji z grupą
- Traktuje problemy jako wyzwania
- Czasem krytykuje inne osoby
- Momentami „buja w obłokach”, może gubić szczegóły, popełniać błędy

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 22

### Człowiek kontaktów

- Pozyskuje informacje, które mogą być użyteczne dla grupy
- Jest osobą ekstrawertywną, kontaktową, komunikatywną
- Lubi dominować
- Potrzebuje stymulacji ze strony innych, ponieważ szybko się zniechęca
- Ciekawy świata, zainteresowany nowinkami, odkryciami, wynikami badań, popiera innowacje
- Potrafi improwizować oraz dostrzec nowe możliwości

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 23

### Sędzia

- Analizuje i ocenia pomysły grupy
- Jest obiektywny, inteligentny, zrównoważony, introwertywny
- Nie angażuje emocji, brak mu entuzjazmu
- Kieruje się zdrowym rozsądkiem, a nie intuicją
- W sytuacjach trudnych zachowuje spokój i jest zdolny do trzeźwego osądu

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 24

### Człowiek grupy

- Jest duszą grupy, dba o atmosferę grupową
- Nastawiony na kontakty międzyludzkie, ekstrawertywny, empatyczny
- Wspiera, zapobiega konfliktom, dba o współpracę i komunikację w grupie
- Lojalny wobec zespołu
- Nie ma potrzeby dominacji, ani rywalizacji, jest ugodowy

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 25

**Perfekcjonista**

- Przywiązuje dużą wagę do szczegółów
- Niespokojny, introwertyczny
- Wysoce zdyscyplinowany, staranny, sumienny
- Dbą o jak najwyższy poziom wykonania zadania i dotrzymanie terminów
- Bywa trudny w kontaktach, ze względu na swój perfekcjonizm
- Nastawiony na efekt, dąży do perfekcji

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 26

**Bibliografia**

Belbin, R., M. (2003). *Twoje role w zespole*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne

---

---

---

---

---

---

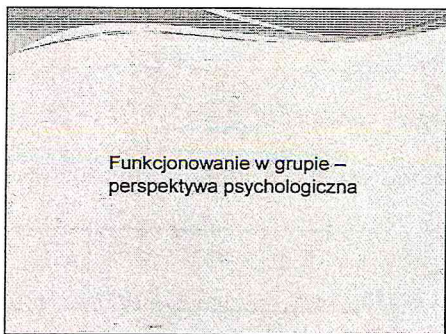
---

---

---

---

Slajd 1



---

---

---

---

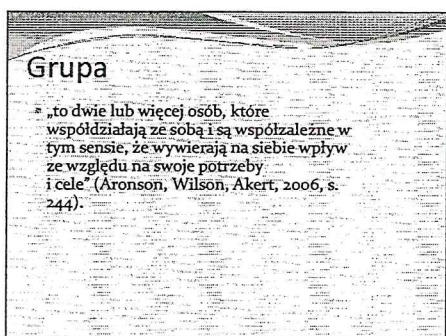
---

---

---

---

Slajd 2



---

---

---

---

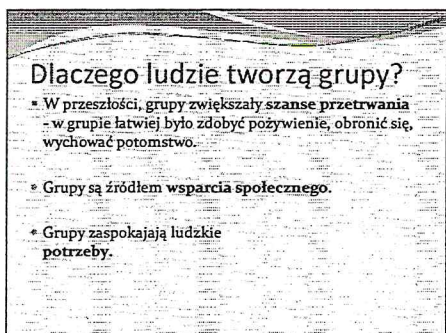
---

---

---

---

Slajd 3



---

---

---

---

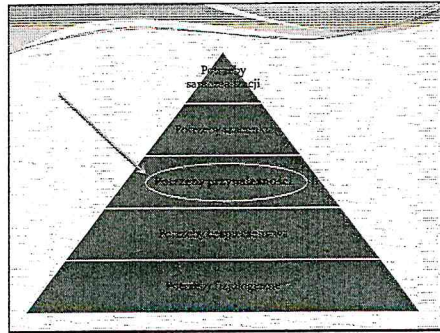
---

---

---

---

Slajd 4



---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 5

• **Wspólne cele** – w grupie czasami łatwiej je osiągnąć. Ludzie przystępują do danych grup, ponieważ solidaryzują się z ich celami (np. fundacje).

• **Sympatia, przyciąganie interpersonalne** – często towarzyszą temu podobne postawy, wartości, osobowości

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 6

**Cechy grup społecznych:**

- Obecny cel i współzależność w jego realizacji
- Współpraca
- Poczucie przynależności
- Komunikacja interpersonalna
- Wsparcie, zaufanie
- Struktura
- Normy
- Status

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 7

**Spójność grupy**

- Stopień bliskości, sympatii, lojalności członków grupy wobec siebie (obecność i natężenie cech, które przyczyniają się do bliskości grupy).
- Motywuje członków grupy do pozostania w niej.
- Czasem wysoka spójność grupy wpływa niekorzystnie na decyzje przez nią podejmowane – np. gdy grupa skupia się w większym stopniu na podtrzymywaniu dobrych relacji, niż na znalezieniu optymalnego rozwiązania problemu.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 8

**Pozytywnie na spójność grupy wpływa:**

- Atrakcyjność członków grupy
- Atrakcyjność zadań realizowanych przez grupę
- Rytuały przejścia (oraz wyjścia) – im trudniej się dostać do grupy (opuścić grupę), tym większa spójność
- Niższa liczebność grupy – im mniej osób, tym większa spójność
- Prestiż grupy – jej dotychczasowe osiągnięcia, status, dumą z przynależności
- Obecność zagrożenia – dla istnienia grupy lub dla zrealizowania celów/zadań grupy

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 9

**Funkcje norm grupowych:**

- Wpływają na trwałość grupy
- Określają relacje grupy z otoczeniem, a także relacje wewnątrzgrupowe
- Są pomocne w trakcie realizacji celów grupowych

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 10

### Facylitacja społeczna

Zjawisko mówiące o tym, że obecność innych ludzi wpływa na sprawność wykonywania zadań:

- łatwe zadania – wykonywane są lepiej
- trudne zadania – wykonywane są gorzej

Uwaga: w facylitacji społecznej możliwa jest ocena indywidualnych osiągnięć.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 11

### Próżniactwo społeczne

Zjawisko mówiące o tym, że obecność innych ludzi wpływa na sprawność wykonywania zadań:

- łatwe zadania – wykonywane gorzej
- trudne zadania – wykonywane są lepiej

Uwaga: w próżniactwo społecznym nie ma możliwości oceny indywidualnych osiągnięć.

---

---

---

---

---

---

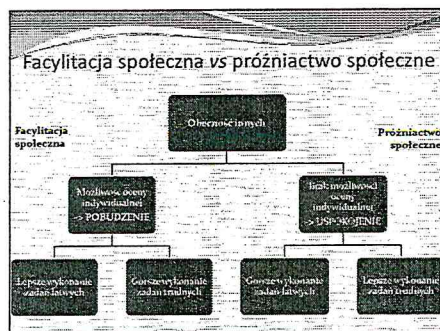
---

---

---

---

Slajd 12



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 13

**Od czego zależy skuteczność grupy?**

- Od liczebności grupy: optymalna liczba członków grupy to: od 3 do 7 osób
- Od rodzaju zadania
- Od cech, kompetencji, umiejętności członków grupy

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 14

**Deindywiduacja**

- Zjawisko zatarcia się poczucia indywidualności w tłumie, („zagubienie w tłumie“)
- Poczucie anonimowości
- Im większa liczebność grupy, tym większe ryzyko deindywiduacji.
- Deindywiduacji towarzyszy poczucie mniejszej odpowiedzialności za swoje czyny, rozluźnienie hamulców, spadek samokontroli, uwolnienie spod kontroli zasad, norm

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 15

**Co sprzyja wystąpieniu deindywiduacji?**

**UNIFIKACJA**

czyli ujednoczenie: wyglądu, zasad, norm, postaw, zachowań

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



Slajd 16

**Rozproszenie odpowiedzialności**

- Występuje w dużej grupie: im więcej osób, tym ludzie czują mniejszą odpowiedzialność indywidualną...
- Rozproszenie odpowiedzialności tłumaczy inne zjawisko społeczne, tzw. efekt widza – wraz ze wzrostem liczby świadków nieszczęśliwego wypadku, maleje prawdopodobieństwo udzielenia pomocy

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 17

**Syndrom grupowego myślenia**

- Proces zachodzący w grupach, prowadzący do obniżenia zdolności realistycznego myślenia.
- Bardziej istotne jest ukształtowanie wspólnego poglądu oraz zachowanie spójności i solidarności grupy

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 18

**Konsekwencje myślenia grupowego:**

- Brak rozważenia wszystkich alternatyw
  - trzymanie się jednej myśli,
  - pobieżna analiza alternatywnych rozwiązań.
- Brak analizy ryzyka popieranej decyzji
- Brak analizy wszystkich informacji,
  - korzystanie z niepełnych, niewystarczających informacji
- Brak planów awaryjnych
- Błędne decyzje

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 19

**Warunki sprzyjające myśleniu grupowemu:**

- Duża spójność grupy
- Izolacja grupy
- Autorytarny przywódca
- Silny stres, spostrzegane zagrożenie
- Niewłaściwe/brak procedur podejmowania decyzji

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 20

**Jak uniknąć myślenia grupowego?**

- **Bezstronność** – przywódca powinien być obiektywny i nie narzucać swojego zdania całej grupie
- **Otwartość na opinie z zewnątrz** – przywódca powinien słuchać opinii osób nie będących członkami grupy (a więc takich, którym nie zależy na utrzymaniu spójności grupy za wszelką cenę)
- **Tworzenie podzespołów** – można podzielić grupę na mniejsze podgrupy, które niezależnie pracują nad rozwiązaniem, dopiero później dzielą się swoimi pomysłami
- **Anonimowe wyrażania opinii** – zredukuj to lęk przed ewentualną krytyką ze strony reszty grupy

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 21

**Polaryzacja grupowa**

- Skłonności do podejmowania przez grupę bardziej skrajnych decyzji, niż początkowe zamierzenia poszczególnych członków grupy (z zachowaniem kierunku zamierzeń).
- Grupy podejmują więc decyzje bardziej krańcowe niż pojedynczy członkowie.
  - Członkowie grupy chcą zaryzykować i kupić akcje za 100zł – grupa zdecydowała się na kupno akcji za 200zł
  - Członkowie grupy są ostrożni w kupowaniu akcji i chcą kupić akcje za 50zł – grupa zdecydowała się na kupno akcji za 20zł.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 22

### Rodzaje grup

- Formalne
  - Są bardziej ustrukturalizowane,
  - Cele i zasady działania określają przepisy
    - np. partia polityczna, stowarzyszenie, klub sportowy, związek zawodowy
- Nieformalne
  - Powstają samoistnie
  - Nie mają ściśle określonej struktury i przepisów
  - Tworzą się ze względu na wspólne poglądy, zainteresowania
    - np. grupa znajomych, kółko zainteresowań, grupa koleżeńka

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 23

### Konformizm

- Jest to wpływ innych ludzi, grup na zachowanie jednostek
- Wpływ ten może być rzeczywisty lub wyobrażony

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 24

### Co nas skłania do konformizmu?

- Informatywny wpływ społeczny - inni ludzie są dla nas źródłem wiedzy, wskazówek działania, zwłaszcza w sytuacjach niejasnych, niejednoznacznych
- Normatywny wpływ społeczny - chęć bycia lubianym, akceptowanym sprawia, iż podążamy za publicznymi normami, modą, przekonaniami

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



Slajd 1



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 2

**Motywowanie**

- ☐ to zestaw sił sprawiających, że ludzie zachowują się w określony sposób
  - ☐ polega na świadomym i celowym oddziaływaniu osoby motywującej na postępowanie innych ludzi – osób motywowanych przez stwarzanie środków i możliwości realizowania celów

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 3

**Podział motywacji**

- ☐ Ze względu na źródło:
  - ☐ wewnętrzna – podejmowanie działań dlatego, że sprawiają nam przyjemność, są interesujące
  - ☐ zewnętrzna – podejmowanie działań w wyniku zewnętrznych nacisków, presji, zachęty lub aby osiągnąć dane korzyści
- ☐ Ze względu na znak:
  - ☐ pozytywna – działania są podejmowane, aby uzyskać nagrodę
  - ☐ negatywna – działania są podejmowane, aby uniknąć kary

---

---

---

---

---

---

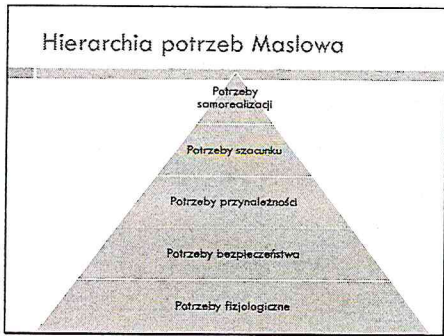
---

---

---

---

Slajd 4



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 5



---

---

---

---

---

---

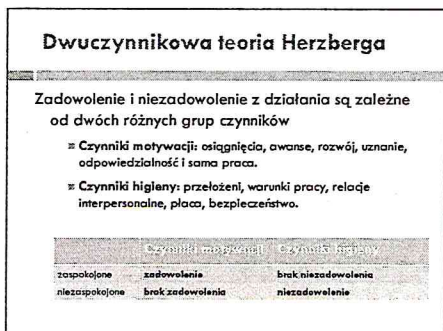
---

---

---

---

Slajd 6



---

---

---

---

---

---

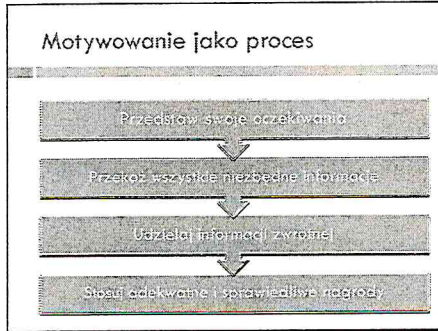
---

---

---

---

Slajd 7



---

---

---

---

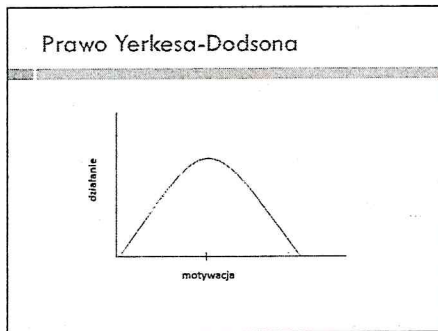
---

---

---

---

Slajd 8



---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 9

- ### Prawo Yerkesa-Dodsona
- ☐ Najkorzystniejszy jest średni poziom natężenia motywacji
  - ☐ Przy zbyt niskim i zbyt wysokim poziomie motywacji, pozostajemy bierni
  - ☐ Ale...

---

---

---

---

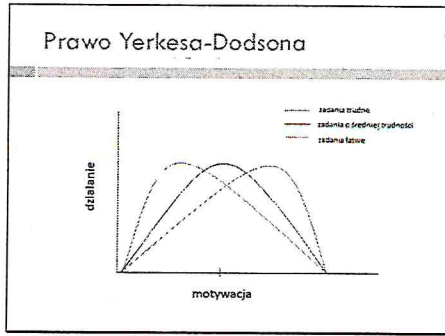
---

---

---

---

Slajd 10



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 11

Prawo Yerkesa-Dodsona

- ☐ Przy **zadaniach trudnych**, korzystniejszy jest niższy poziom motywacji.
- ☐ Przy **zadaniach łatwych**, korzystniejszy jest wysoki poziom motywacji.
- ☐ Przy **zadaniach o umiarkowanej trudności**, najkorzystniejszy jest średni poziom motywacji.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 12

- 8 najważniejszych zasad motywowania
1. Stosuj więcej nagród, pochwał niż kar i krytyki.
  2. Udzielaj informacji zwrotnych na temat wykonanych zadań.
  3. Krytykuj w sposób konstruktywny.
  4. Ustalaj cele zgodne z modelem SMART.
  5. Stosuj zasadę ograniczonej kontroli – bądź ze wszystkim na bieżąco, ale jednocześnie daj swobodę działania.
  6. Monitoruj poziom/etap realizacji zadań.
  7. Nagrody dobieraj indywidualnie do osoby.
  8. Stwórz ogólny, sprawiedliwy, jasno określony system nagród.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



Slajd 13

Zasady konstruktywnej krytyki

- ❑ Krytyki udzielaj w odosobnionym pomieszczeniu, tak, aby druga osoba nie czuła się skrepowana, czy zawstydzona
- ❑ Nie używaj kwantyfikatorów, czyli słów typu: „zawsze”, „nigdy” (podawaj konkretne przykłady zachowań, zdarzeń o których mówisz)
  - ❖ Nie podoba mi się to, że spóźniła się Pani dzisiaj na zebranie.  
Zamiast:
    - ❖ Pani zawsze spóźnia się na zebranie.
    - ❖ Nigdy nie jest Pani na czas.
    - ❖ Znowu się Pani spóźniła.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 14

Zasady konstruktywnej krytyki

- ❑ Powiedz o tym, co pozytywne. Najpierw wymień plusy (to, co Ci się podoba), a następnie minusy (to, co Ci nie odpowiada)
- ❑ Oceniaj zachowania a nie osobę, np.
  - ❖ Nie podoba mi się, że spóźniła się Pani na zebranie.  
Zamiast:
    - ❖ Nie podoba mi się to, że jest Pani niepunktualną/spóźnialką osobą.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 15

Zasady konstruktywnej krytyki

- ❑ Stosuj komunikaty „ja” – czyli mów o tym, jak TY odbierasz daną sytuację, np.
  - ❖ Czuję się zaniepokojony, słysząc od klientów, że podnosi Pan na nich głos.
  - ❖ Kiedy wchodzi Pan do sali w trakcie zebrania, to strasznie mnie to rozprasza. Chciałbym, aby zjawiał się Pan punktualnie na zebraniach.
- ❑ Przedstaw swoje oczekiwania lub zaproponuj rozwiązanie

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 16

Dzięki krytykowaniu w sposób konstruktywny:

Osoba krytykowana zachowuje pozytywny stosunek do samego siebie oraz do osoby wyrażającej krytykę.

---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

Slajd 17

Model SMART

- ☐ Specific – konkretny
- ☐ Measurable – wymierny
- ☐ Achievable – osiągalny
- ☐ Relevant – właściwy
- ☐ Time bound – ograniczony czasowo



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 18

Reguły poprawnego formułowania celów

- ☐ Korzystaj z metody SMART przy określeniu celów
- ☐ Definiuj cele w pozytywny sposób – mówiąc o tym, czego chcesz dokonać, a nie czego nie chcesz zrobić
- ☐ Wyobraź sobie następstwa wyznaczonego celu – pomoże Ci to się zmotywować, a także pozwoli jeszcze raz zastanowić się, czy rzeczywiście chcesz osiągnąć ten cel?
- ☐ Określ plan działania i nie czekaj – zacznij działać! Pierwszy krok bywa milowym krokiem na drodze do osiągnięcia celu

---

---

---

---

---

---

---

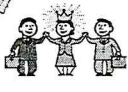
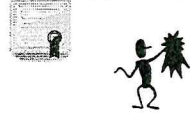
---

---

---

Slajd 19

Co, oprócz pieniędzy motywuje?

- ☐ Pismenne pochwały 
- ☐ Publiczne wyróżnienia 
- ☐ Dyplomy 

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 20

**Bibliografia**

Giffin, R., W. (1998). Podstawy zarządzania organizacjami. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN

Almazal, G. (1978). Wprowadzenie do psychologii. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne

Łukaszewski, W., Doliński, D. (2000). Mechanizmy łączące u podmiotów motywacji. W: J. Snelau (red.) Psychologia. Podręcznik akademicki, 13 (441-468). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne

Rubbin, S., P. (2001). Zasady zachowania w organizacji. Poznań: Wydawnictwo Zyski S-ka

Zimbardo, P. G. (1999). Psychologia i życie. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN

---

---

---

---

---

---

---

---

---

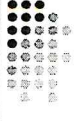
---

---

---

Slajd 1

Kształtowanie pozytywnych relacji szkoły ze środowiskiem lokalnym – perspektywa psychologiczna



---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

Slajd 2

Jaki jest wizerunek instytucji na rynku usług edukacyjnych?

- **długofalowy i wieloaspektowy** - tworzony w długim okresie i budowany przez szereg zróżnicowanych elementów;
- **oparty m.in. na następujących elementach:**
  - historia szkoły, jej tradycje, znani absolwenci
  - nazwa szkoły, znak firmowy (logo), wygląd budynku, jej wnętrze, zapach
  - pracownicy, absolwenci, kontrahenci



---

---

---

---

---

---

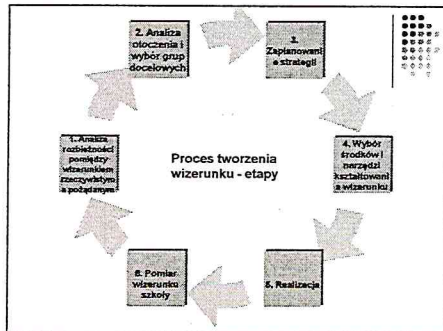
---

---

---

---

Slajd 3



---

---

---

---

---

---

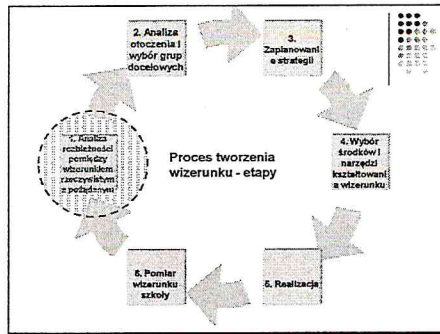
---

---

---

---

Slajd 4



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 5

1. Analiza rozbieżności pomiędzy wizerunkiem rzeczywistym a pożądanym

- Systematyczne badania marketingowe - przejaw profesjonalizmu na rynku usług edukacyjnych
- Wybrane metody badania opinii publicznej:
  - zogniskowane wywiady grupowe (*focus group interview*)

wykorzystanie skali Osgooda w pomiarze wizerunku firmy

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 6

1. Analiza rozbieżności pomiędzy wizerunkiem rzeczywistym a pożądanym – wykorzystanie skali Osgooda

- skala oparta jest na umieszczeniu zestawu przeciwstawnych wobec siebie (bipolarnych) skal przymiotników;
- dostarcza odpowiedzi na dwa podstawowe pytania:
  - jaki jest aktualny wizerunek szkoły w jej otoczeniu?
  - które wymiary wizerunku wymagają w największym stopniu poprawy?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 7

●●●●  
●●●●  
●●●●  
●●●●  
●●●●  
●●●●

### Skala Osgooda - przykład

**Instrukcja:** Szanowna Pani/Szanowny Panie,  
Poniżej znajduje się zestaw 8 przeciwstawnych przymiotników, które można wykorzystać w ocenie ośrodka doskonalenia zawodowego y. Zaznaczenie krzyżykiem cyfry 1-3 przy określonym przymiotniku, oznacza, że w pełni charakteryzuje on ocenianą instytucję. Jeżeli zadani z przeciwstawnych przymiotników nie opisuje szkoły, wówczas należy zaznaczyć środkową kratekę (0).

profesjonalna	3	2	1	0	1	2	3	nieprofesjonalna
bez przyszłości	3	2	1	0	1	2	3	z przyszłością
wiarygodna	3	2	1	0	1	2	3	niewiarygodna
niesolidna	3	2	1	0	1	2	3	solidna
formalna	3	2	1	0	1	2	3	nieformalna
otwarta	3	2	1	0	1	2	3	zamknięta
przyjazna	3	2	1	0	1	2	3	nieprzyjazna

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 8

●●●●  
●●●●  
●●●●  
●●●●  
●●●●  
●●●●

### Skala Osgooda - przykład

**Instrukcja:** Szanowna Pani/Szanowny Panie,  
Poniżej znajduje się zestaw 8 przeciwstawnych przymiotników, które można wykorzystać w ocenie ośrodka doskonalenia zawodowego y. Zaznaczenie krzyżykiem cyfry 1-3 przy określonym przymiotniku, oznacza, że w pełni charakteryzuje on ocenianą instytucję. Jeżeli zadani z przeciwstawnych przymiotników nie opisuje szkoły, wówczas należy zaznaczyć środkową kratekę (0).

profesjonalna	3	2	1	0	1	2	3	nieprofesjonalna
bez przyszłości	3	2	1	0	1	2	3	z przyszłością
wiarygodna	3	2	1	0	1	2	3	niewiarygodna
niesolidna	3	2	1	0	1	2	3	solidna
formalna	3	2	1	0	1	2	3	nieformalna
otwarta	3	2	1	0	1	2	3	zamknięta
przyjazna	3	2	1	0	1	2	3	nieprzyjazna

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 9

●●●●  
●●●●  
●●●●  
●●●●  
●●●●  
●●●●

### 1. Analiza rozbieżności pomiędzy wizerunkiem rzeczywistym a pożądanym – wykorzystanie skali Osgooda

- możemy ustalić m.in.:
  - ◆ pozytywny versus negatywny całościowy wizerunek szkoły
  - ◆ pozytywna versus negatywna ocena szkoły w poszczególnych wymiarach
  - ◆ wewnętrzna zgodność wizerunku szkoły na poszczególnych wymiarach,
  - ◆ analityczna ocena wizerunku szkoły w odniesieniu do jej poszczególnych cech (przeciwstawnych przymiotników),
  - ◆ zróżnicowanie wizerunku szkoły w otoczeniu,
  - ◆ zmiana wizerunku szkoły w czasie.

---

---

---

---

---

---

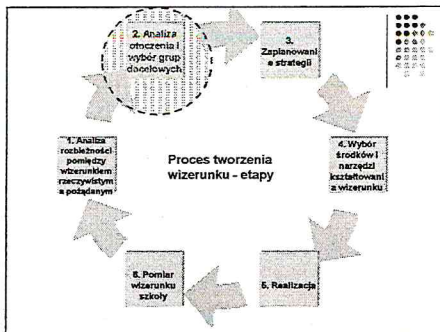
---

---

---

---

Slajd 10




---



---



---



---



---



---



---



---

Slajd 11

### 2. Analiza otoczenia instytucji

- przeprowadzenie segmentacji - podział wszystkich osób z otoczenia na poszczególne mniejsze grupy (segmenty);
  - ✦ Problem wielkości segmentów...
- dobrze wyodrębniony segment charakteryzuje się tym, iż osoby wchodzące w jego skład w podobny sposób reagują na określone działania PR;
  - pozwala na dopasowanie narzędzi oddziaływania najbardziej adekwatnych i skutecznych względem poszczególnych grup docelowych

---



---



---



---



---



---

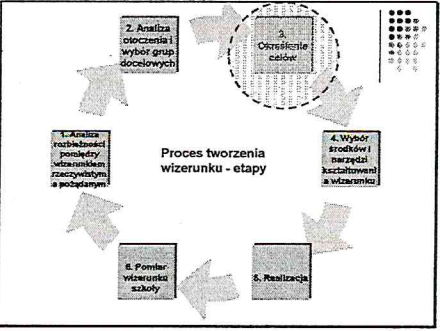


---



---

Slajd 12




---



---



---



---



---



---



---



---

Slajd 13

### 3. Opracowanie celów działań wizerunkowych – zasady formułowania

- realizm (możliwe do osiągnięcia),
- konkretność (związane z wymiernymi i widocznymi zmianami)
- czasowe i przestrzenne oznaczenie,
- mierzalność – np. poprzez zastosowanie określonych wskaźników, którymi w przypadku szkoły mogą być:
  - procentowa zmiana względem wcześniejszych pomiarów (np. wzrost osób pozytywnie oceniających działalność szkoły o 15%),
  - ilościowa zmiana względem wcześniejszych pomiarów (np. stwierdzona obecność większej liczby osób w trakcie organizowanych przez szkołę drzwi otwartych),
  - kwotowa zmiana (np. wzrost wpływów uzyskiwanych przez szkołę w ramach organizowanych zbiórek, akcji charytatywnych itp.).

---

---

---

---

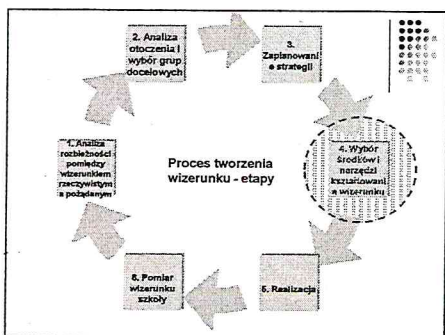
---

---

---

---

Slajd 14




---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 15

### 4. Dobór narzędzi budowania wizerunku – przykładowe techniki oddziaływań wizerunkowych

- Relacje instytucji z otoczeniem
  - 4.1. *Media relations* – sztuka współpracy szkoły z mediami
  - 4.2. Działalność pozaedukacyjna
  - 4.3. Lobbying
  - 4.4. PR internetowy
  - 4.5. System identyfikacji wizualnej instytucji w otoczeniu
  - 4.6. Niekonwencjonalne metody oddziaływań PR
- Relacje w obrębie instytucji
  - 4.7. Rozwój kompetencji pracowników zatrudnionych na terenie organizacji – głównie pracownicy „pierwszego kontaktu”
  - 4.8. Poprawa komunikacji wewnętrznej

---

---

---

---

---

---

---

---



Slajd 16

4.1. Dobór narzędzi budowania wizerunku – *media relations*

- przekaz medialny ma dwojaki wpływ na odbiorcę:
  - sugeruje, o czym myśleć,
  - podpowiada, w jaki sposób oceniać, interpretować, kojarzyć itp. pewne zjawiska
- etapy realizowania *media relations*
  - rozpoznanie rynku
  - stworzenie bazy dziennikarzy i redakcji
  - budowanie kontaktów w środowisku dziennikarzy, redaktorów
  - wywoływanie zainteresowania mediów
  - stosowanie podstawowych zasad tworzenia przekazu medialnego
  - stałe podtrzymywanie współpracy z mediami

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 17

4.5. System identyfikacji wizualnej jako metoda budowania wizerunku

- symbol firmy (znak, logotyp firmowy)
- kolory firmowe
- symbole dekoracyjne
- materiały reklamowe
  - wykorzystanie autorytetu,
  - schemat dziecięcości,
  - humor, strach i inne emocje itp.
- informacja wizualna (tablice informacyjne, szyldy, tabliczki), flagi firmowe
- ubiór pracowników

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Slajd 18

4.6. Niekonwencjonalne metody oddziaływań w sferze PR

- Marketing wirusowy – „nakłania” klientów do przekazywania treści marketingowych innym osobom, tworząc w ten sposób geometryczny wzrost liczby odbiorców
  - Tworzenie legend – narracji
  - Amatorskie nagrania audiowizualne
- Marketing partyzancki (guerilla marketing); opiera się na niekonwencjonalnych działaniach marketingowych, których celem jest osiągnięcie maksymalnych rezultatów przy wykorzystaniu minimalnych środków.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

