

SPIS TREŚCI

WSTĘP	5
Rozdział 1. ISTOTA KOMUNIKOWANIA SPOŁECZNEGO	9
1.1. Komunikowanie społeczne	9
1.2. Sytuacje interpersonalne	18
1.3. Komunikowanie masowe	20
Rozdział 2. ŚRODOWISKO SPOŁECZNE	23
2.1. Grupy społeczne	23
2.2. Kompetencje społeczne	35
2.3. Umiejętności społeczne menedżera	43
2.4. Image, atrakcyjność społeczna	56
Rozdział 3. SZTUKA MÓWIENIA	63
3.1. Przygotowanie wystąpienia publicznego	63
3.2. Dobór treści – wynalezienie retoryczne	69
3.3. Pamięciowe opanowanie tekstu	72
3.4. Materiały wizualne	77
Rozdział 4. KOMUNIKOWANIE NIEWERBALNE	81
4.1. Istota komunikowania pozasłownego	81
4.2. Sygnały mimiczne	84
4.3. Gestykulacja	86
4.4. Spoglądanie i kontakt wzrokowy	88
4.5. Dźwiękowe elementy parajęzykowe	90
4.6. Aparycja i ubiór	91
4.7. Kontakt dotykowy	93
4.8. Przestrzeń personalna	95
Rozdział 5. UMIEJĘTNOŚĆ SŁUCHANIA	101
5.1. O słuchaniu	101
5.2. Czynniki utrudniające słuchanie	110
5.3. Rodzaje słuchania	113
5.4. Słuchanie skuteczne	115
Rozdział 6. SYTUACJE KOMUNIKACYJNE	121
6.1. Analiza sytuacji komunikacyjnych	121
6.1.1. Wypowiedzenia imperatywne	129
6.2. Konwersacja	132
6.3. Dyskusja	143
6.4. Negocjacje	147

Rozdział 7. DOBRE OBYCZAJE I ETYKIETA JĘZYKOWA	153
7.1. Specyfika obyczajów	153
7.2. Etykieta językowa	155
Rozdział 8. DOSKONALENIE UMIEJĘTNOŚCI KOMUNIKACYJNYCH	163
8.1. Autoedukacja	163
8.2. Charakterystyka samooceny	172
8.3. Samoocena umiejętności interpersonalnych	175
Zamiast zakończenia	185
Wybrane pozycje literatury przedmiotu	187
BIBLIOGRAFIA	191