

KARTA PRZEDMIOTU

1.	NAZWA PRZEDMIOTU: Budowa wizerunku osobistego
2.	KIERUNEK: Rynek sztuki i zarządzanie w kulturze
3.	POZIOM STUDIÓW: studia pierwszego stopnia
4.	ROK/ SEMESTR STUDIÓW: III/6
5.	LICZBA PUNKTÓW ECTS: 2
6.	TYP PRZEDMIOTU¹: obowiązkowy
7.	JĘZYK WYKŁADOWY: polski
8.	LICZBA GODZIN I FORMA REALIZACJI PRZEDMIOTU²: 30 ZP
9.	WYMAGANIA WSTĘPNE: umiejętność wypowiadania się przed publicznością, działania w grupie, znajomość mediów społecznościowych oraz zagadnień z zakresu psychologii na poziomie studiów pierwszego stopnia Rynku sztuki i zarządzania w kulturze
10.	ZAŁOŻENIA I CELE PRZEDMIOTU: zapoznanie studentów z terminami dotyczącymi wizerunku osobistego, marki osobistej, autoprezentacji, mowy ciała i psychologii wywierania wpływu; nabycie przez studentów umiejętności: świadomego budowania wizerunku i marki osobistej, zarówno podczas spotkań i prezentacji, jak i w mediach społecznościowych, umiejętność zaprezentowania się podczas wystąpień publicznych; wykształcenie postaw przydatnych w kontaktach z innymi, takich jak otwartość na ludzi, odwaga i kreatywność w tworzeniu sposobów wyrażania siebie w mediach społecznościowych, uwrażliwienie na własne mocne i słabe strony

11.	PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbol)
	WIEDZA: zna i rozumie	
P_W01	podstawowe pojęcia, klasyfikacje i terminologię z zakresu wizerunku osobistego, tworzenia marki osobistej, mowy niewerbalnej	K_W12
P_W02	znacząca rolę budowania wizerunku osobistego w kontekście pracy zawodowej; dostrzega wartość i korzyści wynikające ze znajomości zagadnień	K_W03; K_W12
P_W03	sposoby i możliwości wpływania na własny wizerunek i/lub dostosowywania go w zależności od postawionych sobie celów	K_W012
	UMIEJĘTNOŚCI: potrafi	

¹ Obowiązkowy, fakultatywny.

² Wykłady, ćwiczenia, laboratoria, konwersatoria.

P_U01	samodzielnie określić swoje mocne i słabe strony odnośnie tworzenia własnego wizerunku osobistego; potrafi dobrać odpowiednie narzędzia do zmiany tego wizerunku, jeśli taka potrzeba zachodzi	K_U02; K_U06; K_U09
P_U02	wywierać pierwsze dobre wrażenie, potrafi świadomie posługiwać się mową ciała oraz wykorzystywać narzędzia wywierania wpływu	K_U02; K_U06
P_U03	posługiwać się mediami społecznościowymi w sposób profesjonalny, potrafi pisać treści, które są ciekawe, angażujące i budujące wizerunek i markę osobistą	K_U02; K_U06
	KOMPETENCJE SPOŁECZNE: jest gotów do	
P_K01	rozwijania swojej wiedzy oraz umiejętności w temacie wizerunku osobistego; jest otwarty i ciekawy możliwości, jakie daje omawiany temat	K_K03
P_K02	docenienia roli wizerunku osobistego w kontekście komunikacji z klientami „na żywo” i w mediach społecznościowych	K_K03
P_K03	respektowania zasad etycznych w negocjacjach i transakcjach handlowych oraz zarządzania własnym wizerunkiem osobistym, w zmieniających się sytuacjach i warunkach	K_K02; K_K06

12.	METODY OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
	Symbol przedmiotowego efektu uczenia się	Metody (sposoby) oceny³	Typ oceny⁴	Forma dokumentacji
1.	P_W01; P_W02; P_W03; P_U01; P_U02; P_U03	ocenianie ciągłe – bieżące przygotowanie do zajęć weryfikowane pisemnie (/ustnie) na każdych zajęciach; praca domowa; końcowe zaliczenie i egzamin	formująca; podsumowująca	prace domowe (np. prezentacje) studenta; wypowiedzi ustne studenta; arkusz ocen
2.	P_W01; P_W02; P_W03; P_U01; P_U02; P_U03; P_K01; P_K02; P_K03	ocena umiejętności zastosowania w praktyce zdobytej wiedzy (podczas ustnej wypowiedzi – wystąpienia nagranych na kamerze) zaliczenie praktyczne	formująca; podsumowująca	prace ustne – wystąpienia – zdjęciowe, prezentacje PowerPoint arkusz ocen

³ Ocenianie ciągłe (bieżące przygotowanie do zajęć), śródsesemtralne zaliczenie pisemne, śródsesemtralne zaliczenie ustne, końcowe zaliczenia pisemne, końcowe zaliczenia ustne, egzamin pisemny, egzamin ustny, praca semestralna, ocena umiejętności ruchowych, praca dyplomowa, projekt, kontrola obecności.

⁴ Formująca, podsumowująca.

13. KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ					
Forma oceny: procentowa, opisowa, punktowa, inne formy oceny do wyboru przez wykładowcę					
EFEKTY UCZENIA SIĘ	NA OCENĘ 3,0	NA OCENĘ 3,5	NA OCENĘ 4,0	NA OCENĘ 4,5	NA OCENĘ 5,0
P_W01; P_W02; P_W03; P_U01; P_U02; P_U03; P_K01; P_K02; P_K03	powyżej 50% (od 51%), ale nie więcej niż 61% (obecność na zajęciach, pozytywne oceny z kolokwίων, zaliczone lektury i zadane prace, uczestnictwo w wyjściach i wyjazdach, pozytywna ocena z egzaminu)	powyżej 61%, ale nie więcej niż 72%	powyżej 72%, ale nie więcej niż 83%	powyżej 83%, ale nie więcej niż 94%	powyżej 94%

14. WARUNKI UZYSKANIA ZALICZENIA PRZEDMIOTU:
Osiągnięcie założonych efektów uczenia się i pozytywny wynik
1. zaliczenie ustne

15.	TREŚCI PROGRAMOWE		
	Treść zajęć	Forma zajęć ⁵ (liczba godz.)	Symbol przedmiotowych efektów uczenia się
Zajęcia praktyczne			
1.	Psychologia wywierania wpływu	4	P_W01; P_W03
2.	Wizerunek osobisty a marka osobista – <i>case study</i>	4	P_W01; P_W02; P_W03; P_K03
3.	Świadome używanie mowy niewerbalnej	4	P_W01; P_W02; P_W03; P_U01; P_U02

4.	Autoprezentacja, pierwsze wrażenie – <i>case study</i>	4	P_W01; P_W02; P_W03; P_U01; P_U02 P_K02
5.	Wystąpienia publiczne	4	P_W01; P_W02; P_W03; P_U01; P_U02 P_K02
6.	Znajomość i umiejętność posługiwania się archetypami marki	4	P_W01; P_W02; P_W03; P_U01; P_U02 P_W03
7.	Budowanie wizerunku osobistego w mediach elektronicznych	6	P_W03; P_U01; P_U02; P_U03; P_W02; P_K02

16.	METODY I FORMY PROWADZENIA ZAJĘĆ	Tak (X) / nie
	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień	X
	Wykład konwersatoryjny	
	Wykład problemowy	
	Wykład informacyjny	X
	Dyskusja	X
	Praca z tekstem	X
	Metoda analizy przypadków	X
	Uczenie problemowe (<i>Problem-based learning</i>)	X
	Gra dydaktyczna/symulacyjna	X
	Metoda ćwiczeniowa	X
	Metoda warsztatowa	X
	Metoda projektu	
	Prezentacja multimedialna	X
	Demonstracje dźwiękowe i/lub video	X
	Metody aktywizujące (np.: „burza mózgów”, technika analizy SWOT, technika drzewka decyzyjnego, metoda „kuli śniegowej”, konstruowanie „map myśli”)	
	Praca w grupach	X
	Praca indywidualna ze studentem (w tym tutoring)	X
	Inne (jakie?) -	

17.	LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA⁶: Literatura podstawowa: 1. Buksak L., <i>Szkoła Mówców</i> , Gliwice 2019. 2. Grzesiak M., <i>Personal branding, czyli jak skutecznie zbudować autentyczną markę</i>
-----	---

⁶ Dostępna w czytelni, bibliotece, Internecie.

	<p>osobistą, Gliwice 2019.</p> <p>3. Knapp L.M., Hall J.A., <i>Komunikacja niewerbalna w interakcjach międzyludzkich</i>, Wrocław 2018.</p> <p>4. Miller D., <i>Model Story Brand. Zbuduj skuteczny przekaz dla swojej marki</i>, Warszawa 2018.</p> <p>5. Roguski A., <i>Zrozumieć social media</i>, Gliwice 2020.</p> <p>6. Skwarek M., <i>Perswazja w Social Media, czyli jak sprzedawać tam, gdzie inni zdobywają tylko lajki</i>, Gliwice 2021.</p> <p>Literatura uzupełniająca:</p> <p>1. Celińska B., <i>Autentyczny wizerunek Kreowanie wizerunku osobistego i image'u bloggera</i> (ebook), ePWN, 2018.</p> <p>2. Grzegorzczak A. <i>Perswazyjne wykorzystanie wizerunku osób znanych</i>, Warszawa 2015.</p> <p>3. Niedźwiedziński M., Klepacz H., Szymańska K., <i>Budowanie marki osobistej w mediach społecznościowych</i>, „Marketing i Zarządzanie”, 2016, nr 4 (45).</p> <p>4. Sikorski W., <i>Niewerbalna komunikacja interpersonalna</i>, Warszawa 2018.</p> <p>5. Sikorski W., <i>Niewerbalna komunikacja interpersonalna. Doskonalenie przez trening</i>. Warszawa 2018.</p> <p>6. Trzeciak S., <i>Coaching marki osobistej, czyli kariera lidera</i>, Sopot 2015.</p>
--	---

18.	OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA		
	Forma aktywności	Rodzaj zajęć	Liczba godzin na zrealizowanie aktywności w
	Wykłady	Zajęcia wymagające udziału Prowadzącego	
	zajęcie praktyczne		30
	Ćwiczenia		
	Laboratoria		
		
		
	<i>Łączna liczba godzin zajęć realizowanych z udziałem prowadzącego</i>		30
	przygotowanie się do zajęć	Praca własna studenta	10
	przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia końcowego		10
	<i>Łączna liczba godzin pracy własnej studenta</i>		20
	Razem godzin (zajęcia z udziałem prowadzącego + praca własna studenta)		50
	Liczba punktów ECTS		2

19.	PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE i NAZWISKO, ADRES E-MAIL, INSTYTUT, NR POKOJU KONSULTACJI)
-----	--

	Zgodnie z przedstawioną we wniosku do Ministerstwa Edukacji i Nauki planowaną obsadą zajęć dla studiów pierwszego stopnia na kierunku Rynek sztuki i zarządzanie w kulturze.
--	--