

KARTA MODUŁU

I. OGÓLNE INFORMACJE O MODULE

COLLEGIUM WITELONA UCZELNIA PAŃSTWOWA WYDZIAŁ NAUK TECHNICZNYCH I EKONOMICZNYCH

Kierunek studiów:	LOGISTYKA I TRANSPORT						
Poziom studiów:	studia pierwszego stopnia						
Profil studiów:	praktyczny						
Forma studiów:	stacjonarne/niestacjonarne						
Nazwa modułu:	Moduł ogólnouczelniany do wyboru - Personal branding						
Rodzaj modułu:	fakultatywny						
Język wykładowy:	język polski*						
Rok studiów:	1	Formy prowadzenia zajęć wraz z liczbą godzin dydaktycznych:					
Semestr:	1	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Warsztat	Seminarium
Liczba punktów ECTS ogółem:	2	30/12	-	-	-	-	-
Forma zaliczenia:	zaliczenie na ocenę						
Wymagania wstępne:	bez wymagań						

II. CELE KSZTAŁCENIA

Cele kształcenia:

- Cel 1:** Poznanie warunków skutecznego zarządzania własną karierą i budowanie własnej marki.
Cel 2: Poznanie sposobów zarządzania własnym wizerunkiem.
Cel 3: Inicjowanie samorozwoju poprzez przekazanie wiedzy i sposobów jej wykorzystywania w zakresie wpływu społecznego, technik autoprezentacji i atrakcyjności interpersonalnej.

III. EFEKTY UCZENIA SIĘ WRAZ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH ORAZ METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW

Efekt	Student, który zaliczył moduł w zakresie:	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji
wiedzy:			
W01	Student zdobywa podstawową wiedzę o charakterze nauk społecznych, ich miejscu w systemie nauk i relacjach w stosunku do innych nauk.	K1LT_W03	Pisemny test wiedzy
umiejętności:			
-	-	-	-
kompetencji społecznych:			
K01	Student stosuje umiejętnie techniki autoprezentacji z uwzględnieniem dobrych praktyk komunikacyjnych w celu kreowania własnego pozytywnego wizerunku.	K1LT_K04	Zaliczenie na ocenę
K02	Student ma świadomość potrzeby własnego rozwoju i aktualizacji wiedzy, w celu efektywnego kreowania własnego wizerunku zawodowego i osobistego.	K1LT_K04	Zaliczenie na ocenę

IV. TREŚCI PROGRAMOWE

Treści programowe (tematyka zajęć, zaprezentowana z podziałem na poszczególne formy zajęć z określeniem liczby godzin potrzebnych na ich realizację)

Wykład

Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin S/N
w1	Personal branding – czym jest, w jaki sposób działa, do czego może nam posłużyć? Po co nam nasza własna, autentyczna marka?	2/1
w2	12 podstawowych archetypów osobowości czyli kierunki kreowania marki. Etapy tworzenia marki.	2/1

w3	Kotwice motywacyjne Scheina i inne koncepcje na temat człowieka i jego wyborów, potrzeb	4/1
w4	Warsztat pracy doradcy zawodu – jak zdiagnozować potrzeby, oczekiwania, silne i mocne strony osobowości jednostki.	2/1
w5	Komunikacja, wzajemna percepcja, zmiana postaw.	4/1
w6	Komunikowanie niewerbalne – co mówi twoje ciało i twój strój? Symbolika kolorów.	4/1
w7	Strategie i techniki autoprezentacji. Techniki wpływu społecznego	2/1
w8	Pułapki autoprezentacyjne. Toksyczne wizerunki.	2/1
w9	Branding w miejscu pracy.	2/1
w10	Atrakcyjność interpersonalna.	2/1
w11	Etyka, a kreowanie własnego wizerunku.	2/1
w12	Zarządzanie marką poprzez style zarządzania w firmie/instytucji itp.. Koncepcja mashroomsmanagement i inne.	2/1

V. METODY KSZTAŁCENIA, NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

- Metody kształcenia:** wykład informacyjny (konwencjonalny), wykład konwersatoryjny, opowiadanie, opis, sytuacyjna, burza mózgów
- Narzędzia (środki) dydaktyczne:** prezentacje multimedialne, film, fotografie, Internet, rzutniki multimedialne

VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA MODUŁU

- Sposób zaliczenia:** zaliczenie z oceną
- Formy zaliczenia:**
Wykład: pisemny test wiedzy
- Podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne** określone są indywidualnie, jednak powinny zachować adekwatność wobec zaplanowanych efektów uczenia się

VII. BILANS PUNKTÓW ECTS - NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela (godziny kontaktowe)	30/12
Udział w wykładach	30/12
Udział w innych formach zajęć (**)	-
Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)	20/38
Przygotowanie do wykładu	5/13
Przygotowanie do innych form zajęć (**)	-
Przygotowanie do egzaminu	15/25
Przygotowanie do zaliczenia innych zajęć (**)	-
Łączna liczba godzin	50
Punkty ECTS za moduł	2

VIII. ZALECANA LITERATURA

Literatura podstawowa:

- Kowal – Orczykowska (2021) Wszystko ma markę. Odnajdź swoją! Personal branding – o świadomym kreowaniu marki w zgodzie ze sobą, Warszawa. CeDeWu.
- Wojciszke B., Doliński D, (2010). *Psychologia społeczna: W Strelau J., Doliński D. (red.).* Psychologia Akademicka. T. II. Gdańsk: GWP.
- Leary, M. R. (2007). *Wywieranie wrażenia na innych, o sztuce autoprezentacji.* Gdańsk: GWP.

4. Schawbel, D. (2012). *Personal branding 2.0. Cztery kroki do zbudowania osobistej marki*, Gliwice: Onepress.
5. Grzesiak M, (2020). *Personal branding czyli jak skutecznie zbudować autentyczną markę osobistą*. Onepress.

Literatura uzupełniająca:

1. Rampersad, R.K, (2010). *TY - marka inna niż wszystkie. Sztuka autentycznego brandingu osobistego*, Gliwice: Onepress.
2. Perchla-Włosik A., Mróz-Gorgoń b., *Marka modowa jako element personalbranding i podstawa formowania wizerunku*, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, Nr 414, 220-233.

*należy odpowiednio wypełnić

**należy wpisać formę/formy przypisane do modułu określone w programie studiów (wykład, ćwiczenia, seminarium, konwersatorium, lektorat, laboratorium, warsztat, projekt, zajęcia praktyczne, zajęcia terenowe, zajęcia wychowania fizycznego, praktyka zawodowa, inne)

*** proszę wpisać odpowiednie kryteria oceny formującej i podsumowującej