

KARTA MODUŁU

I. OGÓLNE INFORMACJE O MODULE						
COLLEGIUM WITELONA UCZELNIA PAŃSTWOWA WYDZIAŁ NAUK O ZDROWIU I KULTURZE FIZYCZNEJ						
Kierunek studiów:		Kosmetologia				
Poziom studiów:		pierwszego stopnia				
Profil studiów:		praktyczny				
Forma studiów:		stacjonarne/niestacjonarne				
Nazwa modułu:		Moduł ogólnouczelniany do wyboru: Personal branding				
Rodzaj modułu:		obowiązkowy				
Język wykładowy:		Język polski				
Rok studiów:	1	Formy prowadzenia zajęć wraz z liczbą godzin dydaktycznych:				
Semestr:	1	Wykład	Laboratorium	Ćwiczenia	Seminarium	Praktyka zawodowa
Liczba punktów ECTS ogółem:	2	25/15				
Forma zaliczenia:		Zaliczenie z oceną				
Wymagania wstępne:		Brak				
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:						
1.	Wymienia psychologiczne, etyczne i prawne aspekty niezbędne przy tworzeniu własnej marki.			K1K_W20	Pisemny test wiedzy	
umiejętności:						
1.	Potrafi wykorzystać zasady komunikacji werbalnej i niewerbalnej w kontakcie z klientem salonu kosmetycznego.			K1K_U13	Pisemny test wiedzy	
kompetencji społecznych:						
1.	Jest świadomy przestrzegania norm i zasad bezpieczeństwa swojego i klienta oraz zasad etyki zawodowej w gabinecie kosmetycznym.			K1K_K04	Udział w dyskusji, obserwacja postaw studenta	
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
Wykład 1	Personal branding – czym jest, w jaki sposób działa, do czego może nam posłużyć?					2/2
Wykład 2	Po co nam nasza własna, autentyczna marka?					2/1
Wykład 3	12 podstawowych archetypów osobowości czyli kierunki kreowania marki. Etapy tworzenia marki.					2/1
Wykład 4	Kotwice motywacyjne Scheina i inne koncepcje na temat człowieka i jego wyborów, potrzeb					2/1
Wykład 5	Warsztat pracy doradcy zawodu – jak zdiagnozować potrzeby, oczekiwania, silne i mocne strony osobowości jednostki.					3/2
Wykład 6	Komunikacja, wzajemna percepcja, zmiana postaw.					2/1

Wykład 7	Komunikowanie niewerbalne – co mówi twoje ciało i twój strój? Symbolika kolorów. Strategie i techniki autoprezentacji. Techniki wpływu społecznego	2/1
Wykład 8	Pułapki autoprezentacyjne. Toksyczne wizerunki.	2/1
Wykład 9	Branding w miejscu pracy.	2/1
Wykład 10	Atrakcyjność interpersonalna.	2/2
Wykład 11	Etyka, a kreowanie własnego wizerunku.	2/1
Wykład 12	Zarządzanie marką poprzez style zarządzania w firmie/instytucji itp.. Koncepcja mashroomsmanagement i inne.	2/1
Wykład 8		
1. Metody kształcenia: wykład informacyjny, wykład konwersatoryjny, opis, metoda sytuacyjna 2. Narzędzia (środki) dydaktyczne: projektor, tablica, przybory trenera: przybory papiernicze, gry planszowe, karty tematyczne		
VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA MODUŁU		
1. Sposób zaliczenia: zaliczenie z oceną 2. Formy zaliczenia: pisemny test wiedzy, udział w dyskusji, obserwacja postaw studenta 3. 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)		25/15
Udział w wykładach		25/15
Udział w innych formach zajęć		-
Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)		25/35
Przygotowanie do wykładu		25/35
Przygotowanie do innych form zajęć		-
Przygotowanie do egzaminu		-
Przygotowanie do zaliczenia innych form zajęć (**)		-
Łączna liczba godzin		50
Punkty ECTS za modul		2
VIII. ZALECANA LITERATURA		
Literatura podstawowa: 1. Wojciszke B., Doliński D, Psychologia społeczna: W Strelau J., Doliński D. (red.).Psychologia Akademicka. T. II. Gdańsk: GWP, 2010. 2. Kowal – Orczykowska. Wszystko ma markę. Odnajdź swoją! Personal branding – o świadomym kreowaniu marki w zgodzie ze sobą, Warszawa. CeDeWu, 2021. 3. Leary, M. R. Wywieranie wrażenia na innych, o sztuce autoprezentacji. Gdańsk: GWP, 2007.		
Literatura uzupełniająca: 1. Grzesiak M. Personal branding czyli jak skutecznie zbudować autentyczną markę osobistą. Onepress, 2020. 2. Schawbel, D. Personal branding 2.0. Cztery kroki do zbudowania osobistej marki, Gliwice: Onepress, 2012.		