

KARTA PRZEDMIOTU

I. OGÓLNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE						
PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA IM. WITELONA W LEGNICY WYDZIAŁ NAUK SPOŁECZNYCH I HUMANISTYCZNYCH						
Kierunek studiów:		Administracja				
Profil studiów:		Praktyczny				
Forma studiów:		Stacjonarne / Niestacjonarne				
Nazwa przedmiotu:		Personal branding				
Język wykładowy:		Język polski				
Kod przedmiotu kształcenia:		MK_O01-2				
Poziom studiów (I lub II stopień)	I stopień	Formy prowadzenia zajęć i liczba godzin w planie studiów:				
Rok studiów:	I					
Semestr:	1	Wykład	Ćwiczenia	Warsztaty	Seminarium	Praktyka zawodowa
Liczba punktów ECTS:	2	30/12	-	-	-	-
Forma zaliczenia:		Zaliczenie na ocenę				
Wymagania wstępne w zakresie wiedzy oraz umiejętności:		Brak wymagań wstępnych.				
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: Przekazanie wiedzy i sposobów jej wykorzystywania w zakresie wpływu społecznego, technik autoprezentacji i atrakcyjności interpersonalnej.						
III. PRZEDMIOTOWE EFEKTY KSZTAŁCENIA WRAZ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH ORAZ METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW						
Efekt	Student, który zaliczył przedmiot w zakresie:		Odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia	Metody weryfikacji		
wiedzy:						
W01	ma podstawową wiedzę o charakterze nauk społecznych, ich miejscu w systemie nauk i relacjach w stosunku do innych nauk		K_W01	test wiedzy, dyskusja, aktywność na wykładach		
umiejętności:						
U01	tworzy organizacje, stosuje metody i techniki zarządzania organizacjami oraz rozwiązuje konflikty jakie mogą wystąpić w organizacjach		K_U09	test wiedzy, dyskusja		
U02	przygotowuje prace pisemne, wystąpienia ustne oraz komunikuje się z otoczeniem		K_U17	test wiedzy, dyskusja		

kompetencji społecznych:			
K01	umie uczestniczyć w przygotowaniu projektów społecznych	K_K06	dyskusja, obserwacja zachowań
IV. TREŚCI KSZTAŁCENIA			
Treści kształcenia (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–W2	Personal branding - geneza, zastosowanie w Polsce.	4/1	
W3	Kariera a zarządzanie wizerunkiem.	2/0,5	
W4–W5	Budowanie własnej marki - etapy.	4/1	
W6	Atrakcyjność interpersonalna.	2/0,5	
W7	Komunikacja i zmiany postaw.	2/1	
W8	Autoprezentacja: motywy, kontekst społeczny.	2/1	
W9–W10	Strategie i techniki autoprezentacji.	4/2	
W11	Pułapki autoprezentacyjne.	2/1	
W12	Techniki wpływu społecznego.	2/1	
W13	Branding osobisty a branding firmowy.	2/1	
W14–W15	Zarządzanie marką poprzez CMC.	4/2	
V. METODY KSZTAŁCENIA, NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE			
1. Metody kształcenia: wykład problemowy, wykład konwersatoryjny, dyskusja. 2. Narzędzia (środki) dydaktyczne: prezentacje multimedialne, film, fotografie, Internet.			
VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA PRZEDMIOTU			
Forma zaliczenia przedmiotu. Kryteria oceny formującej: 1. Ustny sprawdzian wiedzy – kryteria oceny: 3,0 (dostateczny) – wypowiedzi niesamodzielne, odtwórcze, stereotypowe sądy, zakłócenia w kompozycji i spójności, 3,5 (dostateczny plus) – powierzchowne odpowiedzi na pytania, dopuszczalne nieliczne błędy rzeczowe, spłylenie interpretacji tekstu, 4,0 (dobry) – odpowiedzi na pytania z dopuszczalnymi niewielkimi błędami merytorycznymi, strukturalnymi i językowymi, 4,5 (dobry plus) – odpowiedzi na pytania z dopuszczalnymi niewielkimi błędami strukturalnymi i językowymi – ocena dobra plus, 5,0 (bardzo dobry) – pełna i bezbłędna odpowiedź na pytania z wykorzystaniem trzech kryteriów: kryterium merytorycznego, strukturalnego i językowego. 2. Obserwacja i ocena postaw studenta wynikających z: - realizacji zadań przygotowanych w ramach wykładów, - zachowań i aktywności w trakcie wykładów, - prowadzenia merytorycznej dyskusji, - potrzeby ciągłego rozwoju osobistego i zawodowego. Kryteria oceny podsumowującej: - średnia ocen formujących.			
Koordynator przedmiotu:		dr Luba Jakubowska	

VII. BILANS PUNKTÓW ECTS - NAKŁAD PRACY STUDENTA	
Kategoria	Obciążenie studenta (S/N)
Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela (godziny kontaktowe)	31/13
Udział w wykładach	30
Udział w zaliczeniu przedmiotu	1
Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)	19/37
Przygotowanie do wykładu	7/3
Przygotowanie do zaliczenia przedmiotu	12/34
Łączna liczba godzin	50/50
Punkty ECTS za przedmiot	2
VIII. LITERATURA PRZEDMIOTU	
Literatura podstawowa: 1. Wojciszke B., Doliński D. (2010). <i>Psychologia społeczna</i> : W Strelau J., Doliński D. (red.). Psychologia Akademicka. (ss..293-447) T. II. Gdańsk: GWP. 2. Leary, M. R. (2007). <i>Wywieranie wrażenia na innych, o sztuce autoprezentacji</i> . Gdańsk: GWP. 3. Schawbel, D. (2012). <i>Personal branding 2.0. Cztery kroki do zbudowania osobistej marki</i> , Gliwice: Onepress.	
Literatura uzupełniająca: 1. Rampersad, R.K. (2010). <i>TY - marka inna niż wszystkie. Sztuka autentycznego brandingu osobistego</i> , Gliwice: Onepress. 2. Aleksandra Perchla-Włosik, Barbara Mróz-Gorgoń, <i>Marka modowa jako element personal branding i podstawa formowania wizerunku</i> , <i>Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu</i> , Nr 414, 220-233.	