

Karta Modułu Kształcenia

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Witelona w Legnicy Wydział Nauk Technicznych i Ekonomicznych					
Kierunek studiów:			Energetyka		
Poziom kształcenia:			Studia pierwszego stopnia		
Profil kształcenia:			Praktyczny		
Forma studiów:			Stacjonarne, niestacjonarne		
Nazwa modułu kształcenia:			Personal branding		
Rodzaj modułu kształcenia:			Obowiązkowy		
Sposób realizacji modułu:			Zajęcia kontaktowe		
Rok studiów	Semestr	ECTS	Formy zajęć i liczba godzin w planie studiów	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1	1	2	Wykład	30	12

Założenia i cele kształcenia:

- Cel1. Poznanie warunków skutecznego zarządzania własną karierą i budowanie własnej marki
- Cel2. Poznanie sposobów zarządzania własnym wizerunkiem
- Cel3. Przekazanie wiedzy i sposobów jej wykorzystywania w zakresie wpływu społecznego, technik autoprezentacji i atrakcyjności interpersonalnej

Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych:

brak

Efekty kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych:

Kod efektu	Zakres efektu	Opis efektu
EK1	Wiedza	Student posiada wiedzę na temat budowania własnej marki, zarządzania karierą
EK2	Wiedza	Student zna strategię i techniki autoprezentacyjne
EK3	Kompetencje	Student potrafi zastosować techniki autoprezentacji zarówno w kontaktach f2f jak i w komunikacji CMC

Treści programowe

Forma zajęć: wykład		Liczba godzin	
Kod	Tematyka zajęć	studia stacjonarne	studia niestacjonarne
w1	Personal branding- geneza, zastosowanie w Polsce	2	1
w2	Kariera a zarządzanie wizerunkiem	4	1
w3	Budowanie własnej marki-etapy	4	1
w4	Atrakcyjność interpersonalna	2	1
w5	Komunikacja i zmiany postaw	2	1
w6	Autoprezentacja: motywy, kontekst społeczny	2	1
w7	Strategie i techniki autoprezentacji	2	1
w8	Pułapki autoprezentacyjne	2	1
w9	Techniki wpływu społecznego.	4	2
w10	Branding osobisty a branding firmowy	2	1
w11	Zarządzanie marką poprzez CMC	4	1

Metody kształcenia (narzędzia dydaktyczne):

- MK1: Wykład
- MK2: Dyskusja

Zasady oceniania zajęć:

Ogólne zasady zaliczania zajęć:

Zaliczenie zajęć odbywa się w formie pisemnej. Praca pisemna powinna być udostępniona studentowi na

jego życzenie, a prowadzący musi ją przechowywać przez okres jednego roku lub do zaliczenia kierunkowego efektu kształcenia.

Warunki otrzymania oceny pozytywnej:

Student powinien

- przynajmniej dostatecznie poznać i zrozumieć podstawową wiedzę zawartą w literaturze podstawowej lub innej formie dostępnej w wyniku aktywnych form zajęć,
- przynajmniej dostatecznie opanować wszelkie umiejętności przewidziane programem przedmiotu,
- wykazać przynajmniej dostateczną umiejętność obserwowania i analizowania otaczających zjawisk, zwłaszcza tych, z którymi jako absolwent będzie miał styczność w praktycznej działalności,
- sprostać wymaganiom przewidzianym dla uzyskania zaliczenia z form towarzyszących przed zaliczeniem formy wiodącej oraz modułu.

Kryteria oceniania:

Prowadzący ustala kryteria oceniania i przedstawia studentom na pierwszych zajęciach. Zasady zaliczenia są zgodne z Regulaminem Studiów; w szczególności musi być spełniony wymóg dotyczący stopnia opanowania programu: 50-59% - ocena dostateczna, 60-69% - ocena dostateczna plus, 70-79% - ocena dobra, 80-89% - ocena dobra plus, powyżej 90% - ocena bardzo dobra.

Sposób weryfikacji efektów kształcenia:

Ocena formująca:

OF1: Uczestnictwo w dyskusji

Ocena podsumowująca:

OP1: Praca pisemna

Całkowity nakład pracy studenta:

Nakład pracy studenta	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
Łączna liczba godzin pracy studenta:	60	
Liczba godzin kontaktowych (realizowana podczas zajęć):	30	12
Liczba godzin poświęconych na samokształcenie oraz przygotowanie do zajęć:	24	38
Liczba godzin poświęconych na przygotowanie do zaliczenia modułu:	6	10
Łączna liczba punktów ECTS:	2	
Liczba punktów ECTS przypadająca na zajęcia kontaktowe (1):	1	1
Procent programu modułu realizowany podczas zajęć z nauczycielem (2):	65%	nie dotyczy

(1) Należy podać całkowitą liczbę punktów ECTS.

(2) Dotyczy tylko studiów stacjonarnych; minimalna wartość jest równa udziałowi liczby godzin kontaktowych w łącznej liczbie godzin pracy studenta.

Tabela odniesień dla modułu kształcenia:

Efekt kształcenia	Odniesienie do efektu kierunkowego	Cele kształcenia	Treści programowe	Metody kształcenia	Sposób weryfikacji efektów kształcenia
EK1	K1E_W12	Cel1	W1 – W5, W9-W11	MK1,MK2	OF1, OP1
EK2	K1E_W12	Cel2	W6,W8	MK1, MK2	OF1, OP1
EK3	K1E_K04	Cel3	W7, W11	MK1, MK2	OF1, OP1

Literatura podstawowa:

1. Wojciszke B., Doliński D, (2010). Psychologia społeczna: W Strelau J., Doliński D. (red.).Psychologia Akademicka. (ss.293-447) T. II. Gdańsk: GWP.
2. Leary, M. R. (2007). Wywieranie wrażenia na innych, o sztuce autoprezentacji. Gdańsk:

GWP.

3. Schawbel, D. (2012). Personal branding 2.0. Cztery kroki do zbudowania osobistej marki, Gliwice: Onepress

Literatura uzupełniająca:

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

Autor programu: dr Luba Jakubowska