

KARTA PRZEDMIOTU

I. OGÓLNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE								
PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA IM. WITELONA W LEGNICY WYDZIAŁ NAUK SPOŁECZNYCH I HUMANISTYCZNYCH								
Kierunek studiów:		Bezpieczeństwo wewnętrzne						
Specjalność:								
Profil studiów:		praktyczny						
Forma studiów:		stacjonarne / niestacjonarne						
Nazwa przedmiotu:		Moduł ogólnouczelniany - Autoprezentacja – zarządzanie wizerunkiem						
Język wykładowy:		polski						
Kod przedmiotu kształcenia:		BW2O01B						
Poziom studiów (I lub II stopień)	II	Formy prowadzenia zajęć i liczba godzin w planie studiów:						
Rok studiów:	I							
Semestr:	I	Wykład	Ćwiczenia	Seminarium	Laboratorium	Warsztaty	Zajęcia praktyczne	Praktyka zawodowa
Liczba punktów ECTS:	2	30/12						
Forma zaliczenia:		Zaliczenie na ocenę						
Wymagania wstępne w zakresie wiedzy oraz umiejętności:		Podstawowa wiedza z psychologii, socjologii i zarządzania.						
II. CELE KSZTAŁCENIA								
Cele kształcenia:								
Cel 1: Przekazanie studentom interdyscyplinarnej wiedzy warunkującej właściwy dobór technik i metod determinujących skuteczną kreację wizerunku. Cel 2: Wykształcenie wśród studentów umiejętności wykorzystywania uzyskanej wiedzy w konstruowaniu odpowiedniej strategii promocyjnej.								
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	Student zna i rozumie wybrane strategie komunikacyjne, warunkujące skuteczny przekaz społeczny.				K_W08	studenci indywidualnie lub w grupach przygotowują i przedstawiają prezentację na temat kreacji wizerunku wybranej osoby publicznej wraz z prezentacją własną lub/i test z wiedzy.		
umiejętności:								
U01	Student potrafi wykorzystać uzyskaną wiedzę teoretyczną z zakresu kreacji wizerunku i zastosować ją w praktyce.				K_U01 K_U05	studenci indywidualnie lub w grupach przygotowują i przedstawiają prezentację na temat kreacji wizerunku wybranej osoby publicznej wraz z prezentacją własną lub/i test z wiedzy.		
kompetencji społecznych:								

K01	Potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub przez innych zadania.	K_K05	obserwacja
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	
W1	Zajęcia organizacyjne, wprowadzenie do problematyki przedmiotu, podstawowe pojęcia.	2/1	
W2	Sztuka autoprezentacji i jej elementy składowe, m.in.: 1) wiarygodność i autentyczność, 2) asertywność i pewność siebie, 3) skuteczna komunikacja (werbalna i niewerbalna).	4/1	
W3	Zadania i funkcje komunikatów: informacyjna, przekonywująca i podtrzymująca. Cechy i znaczenie skutecznej prezentacji.	2/1	
W4	Etapy i budowa komunikatu, m.in. CV oraz listu motywacyjnego: 1) Diagnoza własnej pozycji i potencjału (na podstawie analizy SWOT – mocne i słabe strony nadawcy komunikatu oraz szanse i zagrożenia płynące z otoczenia), 2) Planowanie prezentacji (ustnej i pisemnej) – czas, miejsce, grupa docelowa,	4/1	
W5	Etapy i budowa komunikatu, m.in. CV oraz listu motywacyjnego: 1) Realizacja (samokontrola własnej wypowiedzi oraz forma pisemna), 2) Monitorowanie (obserwacja zachowań z otoczenia).	4/1	
W6	Kształtowanie umiejętności i poznanie narzędzi kreowania wizerunku osób publicznych (w tym: elementarz zachowań personalnych, diagnoza sytuacji stresowej i zarządzanie kryzysowe w momentach konfrontacyjnych, negocjacyjnych i rozmów kwalifikacyjnych).	4/1	
W7	Etapy zarządzania wizerunkiem: od momentu pierwszego kontaktu („wrażenia”) do budowy trwałych relacji interpersonalnych.	2/1	
W8	Narzędzia i komunikatory społeczne (od komunikowania bezpośredniego – interpersonalnego po komunikację online w mediach społecznościowych – skutki/efekty pozytywne i negatywne).	2/1	
W9	Narzędzia i komunikatory społeczne (od komunikowania bezpośredniego – interpersonalnego po komunikację online w mediach społecznościowych – skutki/efekty pozytywne i negatywne).	2/1	
W10	Praca w grupach w zakresie budowy wizerunku młodej osoby poszukującej pracy w zawodzie (w tym stworzenie CV wraz z listem motywacyjnym).	4/3	
V. METODY KSZTAŁCENIA, NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE			
1. Metody kształcenia: wykład informacyjny (konwencjonalny), wykład problemowy, wykład konwersatoryjny, opis, metoda problemowa, sytuacyjna, ćwiczeniowa oparta na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy, studium przypadku, dyskusja,			
2. Narzędzia (środki) dydaktyczne: prezentacje multimedialne, film, dokumenty, Internet			
VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA PRZEDMIOTU			

Forma zaliczenia przedmiotu. Kryteria oceny formującej:

1. Wykład – opracowanie oraz zaprezentowanie projektu i/lub test wiedzy – kryteria oceny:

- 51% - 60% - ocena dostateczna,
- 61% - 70% - ocena dostateczna plus,
- 71% - 80% - ocena dobra,
- 81% - 90% - ocena dobra plus,
- 91% - 100% - ocena bardzo dobra.

3. Obserwacja i ocena postaw studenta wynikających z:

- realizacji zadań przygotowanych w ramach zajęć,
- zaangażowania w pracę grupy,
- zachowań i aktywności w trakcie zajęć,
- prowadzenia merytorycznej dyskusji,
- potrzeby ciągłego rozwoju osobistego i zawodowego.

Kryteria oceny podsumowującej:

- średnia ocen formujących

Koordinator przedmiotu:

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 kolokwium zaliczeniowym	
Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)	20/38
Przygotowanie do zajęć	2/6
Kwerenda internetowa	6/14
Opracowanie prezentacji multimedialnej	10/14
Inne (jakie?) Przygotowanie materiałów do prezentacji multimedialnej, analiza literatury przedmiotu	2/4
Łączna liczba godzin	50
Punkty ECTS za przedmiot	2

VIII. LITERATURA PRZEDMIOTU

Literatura podstawowa:

1. Wojciech Budzyński, PR. Public Relations. Wizerunek. Reputacja. Tożsamość, Wydawnictwo Poltext, 2017.
2. Robert Cialdini, Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, Wydawca GWP, 2013.
3. Mark Leary, Wywieranie wrażenia. Strategie autoprezentacji, Wydawca GWP, 2017.
4. Monika Maj-Ostek, Komunikacja niewerbalna. Autoprezentacja, relacje, mowa ciała, Edgard , 2014.

Literatura uzupełniająca:

1. Rafał Dorobek, Zbuduj swój wizerunek. Jak kreować swój image i osiągnąć sukces?, Wydawca Złote Myśli, 2007.
2. Michał Łebkowski, E-wizerunek. Internet jako narzędzie kreowania image`u w biznesie, Wydawnictwo Helion, 2009.