

## KARTA MODUŁU

### I. OGÓLNE INFORMACJE O MODULE

#### PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA IM. WITELONA W LEGNICY WYDZIAŁ NAUK TECHNICZNYCH I EKONOMICZNYCH

<b>Kierunek studiów:</b>	<b>Finanse, rachunkowość i podatki</b>					
<b>Poziom studiów:</b>	studia pierwszego stopnia					
<b>Profil studiów:</b>	praktyczny					
<b>Forma studiów:</b>	stacjonarne/niestacjonarne					
<b>Nazwa modułu:</b>	<b>Personal branding</b>					
<b>Rodzaj modułu:</b>	Do wyboru					
<b>Język wykładowy:</b>	Język polski*					
<b>Rok studiów:</b>	I	<b>Formy prowadzenia zajęć wraz z liczbą godzin dydaktycznych:</b>				
<b>Semestr:</b>	I	Wykład	Ćwiczenia	Warsztat	Projekt	Seminarium
<b>Liczba punktów ECTS ogółem:</b>	2	30/12	-	-	-	-
<b>Forma zaliczenia:</b>	Egzamin pisemny					
<b>Wymagania wstępne:</b>	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
<b>wiedzy:</b>			
W01	zna zasady komunikowania społecznego w zakresie zarządzania własnym wizerunkiem w warstwie werbalnej i niewerbalnej (zna taktyki autoprezentacyjne)	K1F_W01	Egzamin pisemny
<b>umiejętności:</b>			
<b>kompetencji społecznych:</b>			
K01	ma świadomość potrzeby własnego rozwoju i aktualizacji wiedzy, w celu efektywnego kreowania własnego wizerunku zawodowego i osobistego	K1F_K01	Egzamin pisemny

### IV. TREŚCI PROGRAMOWE

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

\*\*

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,	4/1

w4	potrzeb	2/0
w5	Warsztat pracy doradcy zawodu – jak zdiagnozować potrzeby, oczekiwania, silne i mocne strony osobowości jednostki.	4/1
w6	Komunikacja, wzajemna percepcja, zmiana postaw.	4/1
w7	Komunikowanie niewerbalne – co mówi twoje ciało i twój strój? Symbolika kolorów.	2/1
w8	Strategie i techniki autoprezentacji. Techniki wpływu społecznego	2/0
w9	Pułapki autoprezentacyjne. Toksyczne wizerunki.	2/0
w10	Branding w miejscu pracy.	2/0
w11	Atrakcyjność interpersonalna.	2/1
w12	Etyka a kreowanie własnego wizerunku.	2/0
	Zarządzanie marką poprzez style zarządzania w firmie/instytucji itp.. Koncepcja mashrooms managment i inne.	2/0

#### 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

##### Forma zaliczenia przedmiotu. Kryteria oceny formującej:

##### 1. Pisemny 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.

##### 2. Obserwacja i ocena postaw studenta wynikających z:

- zachowań i aktywności w trakcie wykładów,
- prowadzenia merytorycznej dyskusji,
- potrzeby ciągłego rozwoju osobistego i zawodowego.

##### Kryteria oceny podsumowującej:

- średnia ocen formujących

#### VII. BILANS PUNKTÓW ECTS - NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
<b>Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela (godziny kontaktowe)</b>	30/12
Udział w wykładach	30/12
Udział w innych formach zajęć (**)	
Inne (jakie?)	
<b>Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)</b>	
Przygotowanie do wykładu	5/13
Przygotowanie do innych form zajęć (**)	
Przygotowanie do egzaminu	15/25
Przygotowanie do zaliczenia innych zajęć (**)	
Inne (np. gromadzenie materiałów do projektu, kwerenda internetowa, opracowanie prezentacji multimedialnej itp.)	
<b>Łączna liczba godzin</b>	50

<b>Punkty ECTS za moduł</b>	2
<b>VIII. ZALECANA LITERATURA</b>	
<b>Literatura podstawowa:</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>2. Leary, M. R. (2007). <i>Wywieranie wrażenia na innych, o sztuce autoprezentacji</i>. Gdańsk: GWP.</li> <li>3. Schawbel, D. (2012). <i>Personal branding 2.0. Cztery kroki do zbudowania osobistej marki</i>, Gliwice: Onepress.</li> <li>4. Grzesiak M, (2020). <i>Personal branding czyli jak skutecznie zbudować autentyczną markę osobistą</i>. Onepress.</li> </ol>	
<b>Literatura uzupełniająca:</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rampersad, R.K, (2010). <i>TY - marka inna niż wszystkie. Sztuka autentycznego brandingu osobistego</i>, Gliwice: Onepress.</li> <li>2. Aleksandra Perchla-Włosik, Barbara Mróz-Gorgoń, <i>Marka modowa jako element personal branding i podstawa formowania wizerunku, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Nr 414, 220-233.</i></li> </ol>	

\*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