

KARTA MODUŁU

I. OGÓLNE INFORMACJE O MODULE

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA IM. WITELONA W LEGNICY WYDZIAŁ NAUK SPOŁECZNYCH I HUMANISTYCZNYCH

Kierunek studiów:	Administracja							
Poziom studiów:	pierwszego stopnia							
Profil studiów:	praktyczny							
Forma studiów:	stacjonarne/niestacjonarne							
Nazwa modułu:	Personal branding							
Rodzaj modułu:	Moduł do wyboru							
Język wykładowy:	Język polski							
Rok studiów:	I	Formy prowadzenia zajęć wraz z liczbą godzin dydaktycznych:						
Semestr:	1	Wykład	**	**	**	**	**	**
Liczba punktów ECTS ogółem:	2	30/12	-	-	-	-	-	-
Forma zaliczenia:	Zaliczenie na ocenę							
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:			
W01	zna zasady komunikowania społecznego w zakresie zarządzania własnym wizerunkiem w organizacjach (zna taktyki autoprezentacyjne)	K1Z_W09	test wiedzy, dyskusja, aktywność na wykładach
umiejętności:			
U01	stosuje w praktyce wiedzę o człowieku, co wyraża się w umiejętności stosowania technik autoprezentacji i dobrych praktyk komunikacyjnych w celu kreowania własnego pozytywnego wizerunku i tworzenia pozytywnych, etycznych, niekonfliktowych relacji	K1Z_U19	test wiedzy, dyskusja, aktywność na wykładach
kompetencji społecznych:			
K01	Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie i działania w sposób przedsiębiorczy	K1Z_K01 K1Z_K04	test wiedzy, dyskusja, aktywność na wykładach

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?	2/2
W2	12 podstawowych archetypów osobowości czyli kierunki kreowania marki. Etapy tworzenia marki.	2/2
W3	Warsztat pracy doradcy zawodu – jak zdiagnozować potrzeby, oczekiwania, silne i mocne strony osobowości jednostki.	4/0
W4	Kotwice motywacyjne Scheina i inne koncepcje na temat człowieka i jego wyborów, potrzeb.	4/0
W5	Komunikacja, wzajemna percepcja, zmiana postaw.	2/2
W6	Komunikowanie niewerbalne – co mówi twoje ciało i twój strój? Symbolika kolorów.	4/0
W7	Strategie i techniki autoprezentacji. Techniki wpływu społecznego	2/2
W8	Pułapki autoprezentacyjne. Toksyczne wizerunki.	2/0
W9	Kreowanie marki własnej w mediach społecznościowych.	4/2
W10	Atrakcyjność interpersonalna.	2/0
W11	Etyka a kreowanie własnego wizerunku.	2/2
W12	Zarządzanie marką poprzez style zarządzania w firmie/institucji itp.. Koncepcja mashrooms management i inne.	2/0

**

V. METODY KSZTAŁCENIA, NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

- 1. Metody kształcenia:**wykład informacyjny (konwencjonalny), wykład konwersatoryjny, opowiadanie, opis, sytuacyjna, burza mózgów
2. Narzędzia (środki) dydaktyczne:prezentacje multimedialne, film, fotografie, Internet, rzutniki multimedialne

VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA MODUŁU

Forma zaliczenia przedmiotu. Kryteria ocenyformującej:

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:

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

Kryteria oceny podsumowującej:

średnia ocen formujących

Ocena podsumowująca:

- średnia ocen formujących z wykładów i warsztatów

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 innych formach zajęć (**)	
Inne (jakie?)	
Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)	20/13
Przygotowanie do wykładu	7/5
Przygotowanie do innych form zajęć (**)	

Przygotowanie do zaliczenia	13/8
Przygotowanie do zaliczenia innych zajęć (**)	
Inne (np. gromadzenie materiałów do projektu, kwerenda internetowa, opracowanie prezentacji multimedialnej itp.)	
Łączna liczba godzin	50/50
Punkty ECTS za moduł	2/2
VIII. ZALECANA LITERATURA	
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. 4. Grzesiak M, (2020). <i>Personal branding czyli jak skutecznie zbudować autentyczną markę osobistą</i>. 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.	