

KARTA MODUŁU

I. OGÓLNE INFORMACJE O MODULE

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

Kierunek studiów:	ZARZĄDZANIE I INŻYNIERIA PRODUKCJI					
Poziom studiów:	studia pierwszego stopnia					
Profil studiów:	praktyczny					
Forma studiów:	stacjonarne/niestacjonarne					
Nazwa modułu:	Personal branding					
Rodzaj modułu:	fakultatywny					
Język wykładowy:	język polski*					
Rok studiów:	1	Formy prowadzenia zajęć wraz z liczbą godzin dydaktycznych:				
Semestr:	1	Wykład	Ćwiczenia	Warsztat	Projekt	Seminarium
Liczba punktów ECTS ogółem:	2	30/12	-	-	-	-
Forma zaliczenia:	zaliczenie na ocenę					
Wymagania wstępne:	bez wymagań					

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	Student zdobywa podstawową wiedzę o charakterze nauk społecznych, ich miejscu w systemie nauk i relacjach w stosunku do innych nauk.	-	Zaliczenie na ocenę
umiejętności:			
-	-	-	-
kompetencji społecznych:			
K01	Student stosuje umiejętnie techniki autoprezentacji z uwzględnieniem dobrych praktyk komunikacyjnych w celu kreowania własnego pozytywnego wizerunku.	KIZ_K01 KIZ_K03	Zaliczenie na ocenę
K02	Student ma świadomość potrzeby własnego rozwoju i aktualizacji wiedzy, w celu efektywnego kreowania własnego wizerunku zawodowego i osobistego.	KIZ_K01 KIZ_K03	Zaliczenie na ocenę

IV. TREŚCI PROGRAMOWE

Treści programowe (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	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, potrzeb	4/1
w4	Warsztat pracy doradcy zawodu – jak zdiagnozować potrzeby, oczekiwania, silne i mocne strony osobowości jednostki.	2/0
w5		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 mashroomsmanagement i inne.	

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
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)	20/38
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.)	-

Łączna liczba godzin	50
Punkty ECTS za moduł	2
VIII. ZALECANA LITERATURA	
Literatura podstawowa:	
<ol style="list-style-type: none"> 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:	
<ol style="list-style-type: none"> 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 personalbranding i podstawa formowania wizerunku</i>, <i>Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu</i>, Nr 414, 220-233. 	

*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