



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

SZTUKA AUTOPREZENTACJI

Przedmiot

Kierunek studiów

Inżynieria Lotnicza

Studia w zakresie (specjalność)

Konstrukcja i Eksploatacja Środków Transportu

Poziom studiów

pierwszego stopnia

Forma studiów

niestacjonarne

Rok/semestr

I/II

Profil studiów

ogólnoakademicki

Język oferowanego przedmiotu

PL / EN

Wymagalność

Liczba godzin

Wykład

Laboratoria

Inne (np. online)

0

0

Ćwiczenia

Projekty/seminaria

9

0

Liczba punktów ECTS

1

Wykładowcy

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

dr Joanna Małecka

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

dr Joanna Małecka

e-mail: joanna.malecka@put.poznan.pl

Wydział Inżynierii Zarządzania

Ul. J. Rychlewskiego 2

60-965 Poznań

Tel. 61 665 3398

Wymagania wstępne

1. Student zna podstawowe pojęcia związane z funkcjonowaniem jednostki w społeczeństwie i jego instytucjach. Student zna podstawowe zasady etyki i savoir vivre oraz zasady ortografii i stylistyki języka polskiego

2. Student umie analizować i oceniać zachowania własne i drugiej osoby - posiada umiejętności dostrzegania, kojarzenia i interpretowania zachowań osób publicznych



3. Student umie sprawnie komunikować się w języku polskim i współpracować w zespole, a także rozumie konieczność ponoszenia społecznej odpowiedzialności za własne zachowanie - szczególnie w aspekcie etycznego i kulturalnego zachowania (ubiór, słowo pisane i mówione)

Cel przedmiotu

Przedmiot służy zrozumieniu złożoności problematyki i specyfiki sztuki autoprezentacji - z naciskiem na naukę samodzielnego przygotowania multimedialnego wystąpienia publicznego

Ma wykształcić w Studentach umiejętność skutecznego prezentowania własnych osiągnięć, a także uświadomić znaczenie komunikacji niewerbalnej, tzw. „mowy ciała” w relacjach społecznych, a także zrozumieć rolę i znaczenie CV w procesie rekrutacji

Celem kształcenia jest także poznanie przez Studentów reguł, na których opiera się efektywna autoprezentacja, a także pozyskanie umiejętności praktycznego wykorzystania metod perswazyjnych, negocjacyjnych oraz argumentacyjnych

Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza

1. Student rozumie znaczenie autoprezentacji dla indywidualnego i środowiskowego rozwoju
2. Student ma wiedzę dotyczącą zasad efektywnej komunikacji - potrafi opisać i uzasadnić istotę komunikacji werbalnej i niewerbalnej w procesie komunikacji interpersonalnej, jak również w trakcie wystąpień publicznych, zna podstawowe narzędzia i metody wykorzystywane w zakresie wystąpień publicznych
3. Student zna podstawowe techniki wpływu społecznego - ma wiedzę i kompetencje do rozpoznawania i nazywania takich zjawisk społecznych jak: konformizm, redukcja dysonansu społecznego; zna sposoby skutecznej komunikacji oraz techniki wyweirania wpływu społecznego

Umiejętności

1. Student posiada umiejętność obserwacji i interpretacji własnej osoby - potrafi oszacować swoje umiejętności animowania wystąpień publicznych, przygotować prezentacje pod kątem zachowań niewerbalnych takich jak: postawa ciała, ton głosu, gesty i mimika, sposób poruszania się, kontakt wzrokowy i wygląd
2. Student posiada umiejętności przeprowadzenia skutecznej prezentacji z wykorzystaniem współczesnych technologii porozumiewania się na dowolny temat, a także potrafi wykorzystać samodzielnie wiedzę i zasady efektywnej komunikacji w życiu osobistym i zawodowym, zwłaszcza podczas rozmowy kwalifikacyjnej
3. Student zna zachownia stosowane i zgodne z zasadami savoir vivre zarówno w życiu osobistym jak i w biznesie (wygląd, zachowanie, słownictwo), zasady komunikacji zarówno werbalnej jak i pisemnej (korespondencja służbowa a prywatna, zasady pisania maili)

Kompetencje społeczne

1. Student ma świadomość odpowiedzialności, roli i znaczenia autoprezentacji i jej treści etycznych w



tworzeniu i kształtowaniu wizerunku publicznego (własnego i innych), a także sprawnych i skutecznych interakcji społecznych, rozumie rolę i znaczenie "mowy ciała" w skutecznej komunikacji interpersonalnej

2. Student ma świadomość konieczności rozwijania własnych kompetencji w zakresie wystąpień publicznych, posiada wiedzę z zakresu skutecznego uzupełniania i poszerzania jej w obszarach zainteresowań, rozumie znaczenie rozwoju inteligencji emocjonalnej i umiejętności kreatywnego myślenia

3. Student posiada niezbędne kompetencje w zakresie wystąpień publicznych – potrafi planować wystąpienie publiczne adekwatne do etycznych oczekiwań zleceniodawców i audytorium, potrafi skutecznie komunikować się w różnych sytuacjach społecznych

Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

WYKŁADY Ocena formująca: aktywność w dyskusjach, podsumowujących poszczególne wykłady, dająca możliwość oceny zrozumienia przez Studenta problematyki poruszanej na zajęciach; prace zadane w trakcie semestru, jak: przeczytanie książki, napisanie eseju na zadany temat, obejście filmów czy napisanie CV lub listu motywującego.

Ocena podsumowująca: egzamin pisemny (do uzyskania oceny pozytywnej niezbędne jest otrzymanie 55% punktów). Prowadzący ma możliwość przeprowadzenia egzaminu on-line za pośrednictwem platformy Moodle.

ĆWICZENIA: Ocena formująca: bieżąca aktywność na zajęciach i udział w dyskusjach; wejściówki; prace pisane na podstawie zadanych książek, artykułów lub filmów; przygotowanie prezentacji na zadany temat i jej wygłoszenie w trakcie zajęć; zadania typu cas-study; kolokwium, wejściówki.

Ocena podsumowująca: średnia arytmetyczna z ocen formujących z warunkami zaokrąglenia podanymi i umieszczonymi na platformie MODDLE - brak możliwości uzyskania zaliczenia bez napisania kolokwium na ocenę pozytywną (min. 55% punktów). Prowadzący ma możliwość przeprowadzenia egzaminu on-line za pośrednictwem platformy Moodle.

Treści programowe

1. Społeczny i kulturowy kontekst zachowań autoprezentacyjnych i ich konsekwencje.
2. Zasady tworzenia wystąpień publicznych, rodzaje prezentacji, narzędzia multimedialne i ich rola w wystąpieniach publicznych
3. Komunikacja interpersonalna I (werbalne aspekty komunikacji)
4. Komunikacja interpersonalna II (niewerbalne aspekty komunikacji)



5. Metody wywierania wpływu (budowanie pozytywnego obrazu siebie i zjednywanie sobie ludzi): klik - wrrr, reguła wzajemności, zaangażowanie i konsekwencja, społeczny dowód słuszności, lubienie i sympatia, autorytet, niedostępność, wpływ w mgnieniu oka, styl i sposób noszenia się jako współczesna technika wywierania wpływu
6. Sztuka przekonywania i wywieranie wpływu na słuchaczy (przekonywanie, perswadowanie, pytania retoryczne, asertywna umiejętność obrony własnych przekonań, rola i znaczenie: dialogu, dyskusji, rozmowy)
7. Zasady savoir vivre w życiu prywatnym i biznesowym
8. CV i rozmowa kwalifikacyjna - przygotowanie do rozmowy kwalifikacyjnej - kluczowe pytania rekrutującego, pytania służące nawiązaniu kontaktu, pytania otwierające rozmowę, pytania o możliwości i umiejętności, o motywację, o oczekiwania finansowe
9. Taktyki postępowania podczas rozmowy kwalifikacyjnej, dopuszczalne zachowania osoby starającej się o pracę
10. Stres i trema – zachowania w sytuacjach trudnych emocjonalnie i pod wpływem stresu lub tremy, konsekwencje różnych stylów radzenia sobie ze stresem dla zdrowia, funkcjonowanie w sytuacjach trudnych społecznie
11. Motywacja i zaangażowanie – ich rola i znaczenie w wystąpieniach publicznych, pytania, negacja i dyskusja w trakcie i po wystąpieniu publicznym
12. Ocenianie i analizowanie wystąpień publicznych (cudzych i własnych) - umiejętność słuchania jako podstawa komunikacji

Metody dydaktyczne

- I. PODAJĄCE: Wykład: informacyjny, problemowy, konwersacyjny, pogadanka, prelekcja, odczyt
- II. POSZUKUJĄCE: Case study, Burza mózgów, Dyskusja – okrągłego stołu, Dyskusja - piramidowa, Dyskusja – seminaryjna, Dyskusja - referatowa
- III. ĆWICZENIOWO – PRAKTYCZNE: Ćwiczenia audytoryjne, Metoda demonstracji, Metoda projektu, Metoda warsztatowa, napisanie eseju
- IV. EKSPONUJĄCE: Pokaz (film / prezentacja)

Literatura

Podstawowa

1. Cialdini, R. (2016). Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka. Sopot: GWP - dostępna dla Studentów na Moodle jako eBook
2. Cialdini, R. (2014). Mała Wielka Zmiana. Jak skutecznie wywierać wpływ. Sopot: GWP - dostępna dla Studentów na Moodle jako eBook



3. Szmajke, A. (1999). Autoprezentacja. Maski, pozy, miny. Olsztyn: Ursa Consulting.
<https://docer.pl/doc/nxnx80> - dostęp on-line

Uzupełniająca

1. Cialdini, R. (2017). Pre-Swazja. Jak w pełni wykorzystać techniki wpływu społecznego. Sopot: GWP - dostępna dla Studentów na Moodle jako eBook
2. Gasparski, W. (2012). Biznes, etyka, odpowiedzialność. Warszawa: PWN
3. Forlicz, S. (2008). Informacja w biznesie. Warszawa: PWE
4. Peale, N.V., Blanchard, K. (2008). Etyka biznesu. Warszawa: Studio EMKA
5. Pisarek, W. (2008). Wstęp do nauki o komunikowaniu. Warszawa
6. Szejnberg, A. (2006). Podstawy komunikacji społecznej w edukacji. Wrocław

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	30	1,0
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	15	0,5
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do wykładów/ćwiczeń, przygotowanie do wejściówek/kolokwiów/egzaminu, wykonanie projektu/prezentacji, napisanie eseju, analiza case-study, obejrzenie filmów) ¹	15	0,5

¹ niepotrzebne skreślić lub dopisać inne czynności