



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Sztuka autoprezentacji

Przedmiot

Kierunek studiów

Transport

Studia w zakresie (specjalność)

-

Poziom studiów

pierwszego stopnia

Forma studiów

stacjonarne

Rok/semestr

1/2

Profil studiów

ogólnoakademicki

Język oferowanego przedmiotu

polski

Wymagalność

obieralny

Liczba godzin

Wykład

15

Laboratoria

0

Inne (np. online)

0

Ćwiczenia

0

Projekty/seminaria

0

Liczba punktów ECTS

1

Wykładowcy

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

dr Joanna Małecka

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

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

Wydział Inżynierii Zarządzania

u. J. Rychlewskiego 2, 60-965 Poznań

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 jej przygotowania i praktycznego zastosowania w konkretnych sytuacjach społecznych i zawodowych

Ma wykształcić w Studentach umiejętność skutecznego prezentowania własnych osiągnięć, mocnych stron, planów i zamierzeń, kreowania pierwszego wrażenia, rozwinięcie zdolności skutecznego porozumiewania się, a także ma uświadomić Studentom znaczenie komunikacji niewerbalnej, tzw. „mowy ciała” wzmacniającej przekaz słowny oraz umożliwić pozyskanie wiedzy na temat przygotowania się do rozmowy rekrutacyjnej

Celem kształcenia jest także poznanie przez Studentów reguł, na których opiera się efektywna autoprezentacja, m. in. wiedzy dotyczącej struktury dobrej prezentacji, jej zaprojektowania i zrealizowania w sposób efektywny i efektowny, zasad skutecznej komunikacji oraz technik wywierania wpływu społecznego, a także pozyskanie umiejętności praktycznego wykorzystania metod perswazyjnych, negocjacyjnych oraz argumentacyjnych

Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza

Ma podstawową wiedzę dotyczącą zarządzania i prowadzenia działalności gospodarczej oraz zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości

Umiejętności

Potrafi przygotować i przedstawić, w języku polskim i angielskim, dobrze udokumentowane opracowanie problemów z zakresu inżynierii transportu w tym prezentację ustną

Potrafi organizować, współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role oraz potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania

Kompetencje społeczne

Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy, m.in. znajdując komercyjne zastosowania dla stworzonego systemu, mając na uwadze nie tylko korzyści biznesowe, ale również społeczne prowadzonej działalności

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 problematyki poruszanych na zajęciach zagadnień przez studenta; prace zadane w trakcie semestru, jak: przeczytanie książki, napisanie eseju na zadany temat, obejrzenie filmów czy napisanie CV. Ocena podsumowująca: egzamin pisemny (do uzyskania oceny pozytywnej niezbędne jest otrzymanie 55% punktów)

Treści programowe



1. Społeczny i kulturowy kontekst zachowań autoprezentacyjnych i ich konsekwencje. Pojęcie autokreacji. Rola i znaczenie sztuki autoprezentacji autentycznej i fałszywej. Ars bene dicendi - teoria i praktyka
2. Zasady tworzenia wystąpień publicznych, rodzaje prezentacji, narzędzia multimedialne i ich rola w wystąpieniach publicznych, struktura wystąpień publicznych, przygotowanie prezentacji - wybór, rozplanowanie i aranżacja materiału
3. Komunikacja interpersonalna I (werbalne aspekty komunikacji) - rola komunikacji werbalnej w autoprezentacji i skutecznej komunikacji, nieporozumienia komunikacyjne, techniki aktywnego słuchania, podstawowe techniki negocjacyjne
4. Komunikacja interpersonalna II (niewerbalne aspekty komunikacji) - mowa ciała i proksemika wystąpień publicznych - rola komunikacji niewerbalnej w autoprezentacji
5. Metody wywierania wpływu, budowanie pozytywnego obrazu siebie i zjednywanie sobie ludzi - współczesna technika wywierania wpływu
6. Zasady savoir vivre w życiu prywatnym i biznesowym
8. CV i rozmowa kwalifikacyjna - przygotowanie do rozmowy kwalifikacyjnej - kluczowe pytania rekrutującego
9. Stres i trema – zachowania w sytuacjach trudnych emocjonalnie i pod wpływem stresu lub tremy

Metody dydaktyczne

- I. PODAJĄCE Wykład informacyjny, Wykład problemowy, Wykład konwersacyjny, Pogadanka, Prelekcja, odczyt
- II. POSZUKUJĄCE: Case study, Burza mózgów, Dyskusja – okrągłego stołu, Dyskusja - piramidowa, Dyskusja – seminaryjna, Dyskusja - referatowa
- III. 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/nxn80>



4. Davies, P. (2001). Twoja siła przebicia. Warszawa: Amber

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. Morreale, S.P., Spitzberg, B.H., Berge, J.K. (2007). Komunikacja między ludźmi, Warszawa

6. Pisarek, W. (2008). Wstęp do nauki o komunikowaniu. Warszawa

7. 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, przygotowanie do wejściówek/kolokwiów, wykonanie projektu/prezentacji, napisanie eseju, analiza case-study, obejrzenie filmów) ¹	15	0,5

¹niepotrzebne skreślić lub dopisać inne czynności