



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Sztuka autoprezentacji

Przedmiot

Kierunek studiów

Transport

Studia w zakresie (specjalność)

-

Poziom studiów

drugiego stopnia

Forma studiów

stacjonarne

Rok/semestr

1/2

Profil studiów

ogólnoakademicki

Język oferowanego przedmiotu

polski

Wymagalność

obieralny

Liczba godzin

Wykład

0

Laboratoria

0

Inne (np. online)

0

Ćwiczenia

15

Projekty/seminaria

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

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 sposobów efektywnej i efektownej, zasad skutecznej komunikacji oraz technik wywierania wpływu społecznego, 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 - potrafi, w otaczających go relacjach międzyludzkich rozpoznać podstawowe motywy zachowań oraz scharakteryzować indywidualnie poziom samooceny
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; ma wiedzę dotyczącą struktury dobrej prezentacji, jej zaprojektowania i zrealizowania - zna i rozumie charakter i reguły prezentacji i wystąpień publicznych, ich znaczenie dla instytucji biznesowych i otoczenia, 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 wywierania 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 potrafi rozpoznać metody i techniki wywierania wpływu społecznego, zna zachowania stosowane i zgodne z zasadami savoir vivre zarówno w życiu osobistym jak i w biznesie (wygląd, zachowanie, słownictwo), na zasady komunikacji zarówno werbalnej jak i pisemnej (korespondencja służbowa a prywatna, zasady pisania maili) oraz podstawowe zasady efektywnych negocjacji i skutecznej argumentacji

Kompetencje społeczne

1. Student ma świadomość odpowiedzialności, roli i znaczenia autoprezentacji 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, ma świadomość samooceny jak również własnych obszarów do rozwoju, rozumie zasady etycznych zachowań publicznych
2. Student ma świadomość konieczności rozwijania własnych kompetencji w zakresie wystąpień publicznych, posiada wiedzę z zakresu skutecznego uzupełniania i poszerzania jej w obszarach zainteresowań (praca nad ciałem i głosem jako zawodowych narzędzi wywierania wpływu społecznego, nauka kontrolowania tremy i innych napięć związanych z publicznymi wystąpieniami), 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:

ĆWICZENIA: Ocena formująca: bieżąca aktywność na zajęciach i udział w dyskusji; wejściówki; prace pisane na podstawie zadanych książek, artykułów lub filmów; prezentacja 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)

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. POSZUKUJĄCE: Case study, Burza mózgów, Dyskusja – okrągłego stołu, Dyskusja - piramidowa, Dyskusja – seminaryjna, Dyskusja - referatowa
- II. ĆWICZENIOWO – PRAKTYCZNE: Ćwiczenia audytoryjne, Metoda demonstracji, Metoda projektu, Metoda warsztatowa, napisanie eseju
- 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> - wersja on-line
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 ćwiczeń, przygotowanie do wejściówek/kolokwiów, wykonanie projektu/prezentacji, napisanie eseju, analiza case-study, obejrzenie filmów) ¹	15	0,5

¹niepotrzebne skreślić lub dopisać inne czynności