



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Sztuka autoprezentacji [N2Trans1>SzA]

Przedmiot

Kierunek studiów

Transport

Rok/Semestr

1/2

Studia w zakresie (specjalność)

Transport drogowy

Profil studiów

ogólnoakademicki

Poziom studiów

drugiego stopnia

Język oferowanego przedmiotu

polski

Forma studiów

niestacjonarne

Wymagalność

obieralny

Liczba godzin

Wykład

0

Laboratorium

0

Inne (np. online)

0

Ćwiczenia

9

Projekty/seminaria

0

Liczba punktów ECTS

1,00

Koordynatorzy

dr inż. Sebastian Kubasiński

sebastian.kubasinski@put.poznan.pl

Wykładowcy

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” wzmocniającej 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:

Student ma podstawową wiedzę dotyczącą zarządzania / prowadzenia działalności gospodarczej oraz indywidualnej przedsiębiorczości

Umiejętności:

Student potrafi porozumiewać się w języku polskim i angielskim przy użyciu różnych technik w środowisku zawodowym oraz w innych środowiskach, także z wykorzystaniem zagadnień dotyczących inżynierii transportu

Kompetencje społeczne:

Student rozumie znaczenie działalności popularyzatorskiej dotyczącej najnowszych osiągnięć z zakresu inżynierii transportu

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

Treści programowe przedmiotu obejmują: społeczny i kulturowy kontekst zachowań autoprezentacyjnych; rola i znaczenie sztuki autoprezentacji autentycznej i fałszywej; wystąpienia publiczne; komunikacja interpersonalna; współczesna technika wywierania wpływu; zasady savoir vivre w życiu prywatnym i biznesowym; CV i rozmowa kwalifikacyjna; stres i trema.

Tematyka zajęć

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/nxnx80> - 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	24	1,00
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	9	0,50
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do zajęć laboratoryjnych/ćwiczeń, przygotowanie do kolokwium/egzaminu, wykonanie projektu)	15	0,50