

Karta przedmiotu - Autoprezentacja i etykieta biznesowa

Kierunek: Inżynieria jakości produktu

Wymagania wstępne

I. Podstawowa wiedza z zakresu organizacji i zarządzania

Nazwa przedmiotu	Autoprezentacja i etykieta biznesowa	
Grupa przedmiotów	Przedmiot do wyboru sem. II MjiBP	
Język prowadzenia przedmiotu	polski	
Kod/Specjalność	ZJ-IJ-MJ-X2-24/25L-AUTJET Menedżer jakości i bezpieczeństwa produktu	
Kategoria przedmiotu	do wyboru	
Profil studiów	Ogólnoakademicki	
Poziom PRK	Poziom 7 - 2. stopień (studia magisterskie)	
Rok studiów/semestr	I/2	
Forma zajęć/liczba godzin	stacjonarne:	Wykład: 15
	niestacjonarne:	Wykład: 9

Dyscypliny/punkty ECTS	Nauki o zarządzaniu i jakości:		2
	Technologia żywności i żywienia:		0
	Inne dyscypliny:		0
	Filozofia:		0
	Historia:		0
	Nauki o kulturze i religii:		0
	Inżynieria mechaniczna:		0
	Inżynieria środowiska, górnictwo i energetyka:		0
	Nauki chemiczne:		0
	Nauki biologiczne:		0
	Nauki fizyczne:		0
	Nauki prawne:		0
	Ekonomia i finanse:		0
	Językoznawstwo:		0
	Inżynieria materiałowa:		0
	Razem		2
Wykładowca odpowiedzialny za przedmiot	Gębarowski Marcin, dr hab. (Katedra Zarządzania Procesowego)		
Cele przedmiotu	Kod	Opis	
	C1	Wprowadzenie w problematykę autoprezentacji oraz etykiety biznesowej	
	C2	Rozumienie siebie oraz innych w procesie autoprezentacji	
	C3	Nabycie wiedzy oraz umiejętności pozwalających na skuteczne stosowanie technik autoprezentacyjnych	
	C4	Poznanie podstawowych zasad właściwego zachowywania się podczas spotkań biznesowych	
	C5	Zachęcenie do ciągłego rozwijania kompetencji w sferze autoprezentacji i zachowań w sytuacjach biznesowych	

Realizowane efekty uczenia się	Kod	Kat.	Opis	Kierunkowe efekty uczenia się	
	E1	W	Student zna i rozumie znaczenie w biznesie autoprezentacji i etykiety.	ZJ-ST2-IJ-W05-24/25L	ZJ-ST2-IJ-W06-24/25L
	E2	U	Student potrafi sprawnie stosować, adekwatnie do danej sytuacji, techniki autoprezentacji, jak również zasady etykiety biznesowej.	ZJ-ST2-IJ-U08-24/25L	ZJ-ST2-IJ-U09-24/25L
	E3	K	Student jest gotów podejmować działania (zarówno indywidualnie, jak i w grupie) zmierzające do skutecznego sprzedawania produktów - z wykorzystaniem technik autoprezentacji i przestrzeganiem zasad etykiety.	ZJ-ST2-IJ-K01-24/25L	ZJ-ST2-IJ-K06-24/25L
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Aktywność na zajęciach, Kolokwium, Odpowiedź ustna.				
Treści przedmiotu	Wykład				
	Kod	Opis	S (15)	N (9)	
	W1	Proces komunikacji interpersonalnej oraz determinanty jego skuteczności. Istota autoprezentacji	2	1	
	W2	Dwie płaszczyzny komunikacji interpersonalnej – komunikacja niewerbalna, komunikacja werbalna	4	3	
	W3	Podstawowe taktyki autoprezentacyjne	2	1	
	W4	Wystąpienia publiczne	3	1	
	W5	Podstawowe reguły etykiety biznesowej	3	2	
	W6	Znaczenie wyglądu oraz rekwizytów osobistych w autoprezentacji	1	1	
Metody i formy prowadzenia zajęć	Analiza przypadku, Dyskusja, Prezentacja, Wykład audytoryjny.				

Nakład pracy studenta (liczba godzin kontaktowych, pracy on-line i pracy samodzielnej) UWAGA: Dokładne rozpisanie pracy własnej studenta znajduje się na końcu karty	Rodzaj aktywności				Liczba godzin	
					stacjonarne	niestacjonarne
	Udział w zajęciach dydaktycznych				15	9
	Udział w konsultacjach				0	0
	Udział w kolokwiach/egzaminie				0	0
	Praca własna studenta				35	41
	E-learning				0	0
	Inne (kontaktowe)				0	0
	Inne (bezkontaktowe)				0	0
	Suma godzin				50	50
Liczba punktów ECTS				2	2	
Macierz realizacji przedmiotu	Efekt uczenia się	Odniesienie do efektów kierunkowych	Cele przedmiotu	Treści przedmiotu	Metody/narzędzia dydaktyczne	Sposoby weryfikacji efektu
	E1	ZJ-ST2-IJ-W05-24/25L	C1 C2	W1 W2	N1 N3 N4	F1 F3
		ZJ-ST2-IJ-W06-24/25L	C4 C3	W3 W4	N7	F8
				W5 W6		
	E2	ZJ-ST2-IJ-U08-24/25L	C2 C4	W2 W3	N1 N3 N4	F1 F3
ZJ-ST2-IJ-U09-24/25L		C3 C5	W4 W5	N7	F8	
			W6			
E3	ZJ-ST2-IJ-K01-24/25L	C2 C4	W1 W2	N1 N3 N4	F1 F3	
	ZJ-ST2-IJ-K06-24/25L	C3	W3 W4	N7	F8	
			W5 W6			
Literatura podstawowa	Lp.	Opis pozycji				
	1	A. Jarczyński, Etykieta w biznesie: praktyczny poradnik savoir-vivre'u, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2015				
	2	M. Leary, Wywieranie wrażenia: strategie autoprezentacji, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2017				
	3	P. Kutnyj, Sztuka autoprezentacji i wystąpień publicznych: na żywo i online..., Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2021.				

Literatura uzupełniająca	Lp.	Opis pozycji
	1	B. Kudra, E. Olejniczak (red.), Komunikowanie publiczne: zagadnienia wybrane, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2014
	2	C. Ikanowicz, Etykieta biznesmena: savoir-vivre, Oficyna Wydawnicza - Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2010
	3	G. Królik, Autoprezentacja, Wydawnictwo Uczelniane Akademii Ekonomicznej im. Karola Adamieckiego, Katowice 2009
	4	M. Gębarowski, Współczesne targi. Skuteczne narzędzie komunikacji marketingowej, Regan Press, Gdańsk 2010.
	5	R. Stępowski, Personal branding: praktyczny poziom marki osobistej, Roster Group, Rawa Mazowiecka 2017
	6	S. Trzeciak, Personal branding for leaders: reach for tried and tested strategies, techniques and tools to help you build a consistent and genuine personal brand, ICAN Institute, Warszawa 2018
Forma i warunki zaliczenia przedmiotu	Sposób obliczania średniej z ocen bieżących (zgodnie z §28 pkt. 4 Regulaminu studiów)	
	Odpowiedzi ustne i aktywność podczas zajęć - średnia zostanie wyliczona na podstawie ocen cząstkowych zebranych podczas poszczególnych zajęć.	
	Sposób obliczania oceny końcowej (zgodnie z §28 pkt. 5 Regulaminu studiów)	
	Ocena z kolokwium zaliczeniowego (w formie pisemnej, z wagą 0,8) obejmującego podane zagadnienia, z uwzględnieniem ocen bieżących (aktywności na zajęciach podczas całego semestru, z wagą 0,2).	
	Dodatkowe informacje o sposobie obliczania oceny końcowej lub egzaminie	
	brak	
Osoby prowadzące przedmiot	Lp.	Nauczyciel
	1	Gębarowski Marcin, dr hab. (Katedra Zarządzania Procesowego)
Informacje dodatkowe		

Status karty: **ZAAKCEPTOWANY** przez: Miśniakiewicz Małgorzata, dr inż.

	Forma aktywności studenta	Liczba godzin	
		stacjonarne	niestacjonarne
Nakład pracy studenta	Zajęcia z planu studiów	15	9
	Analiza źródeł (literatury, badań, sprawozdań, aktów normatywnych, orzecznictwa, dokumentów programowych itp.)	14	20
	Analiza problemu, wymagań, przesłanek itp.	10	10
	Rozwiązywanie zadań (kazuśców, testów, itp.)	4	4
	Przygotowanie do zajęć (w tym z wykorzystaniem platformy Moodle)	5	5
	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	2	2
	Suma godzin	50	50
	Liczba punktów ECTS	2	2