

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu	Efektywne poszukiwanie pracy
------------------	-------------------------------------

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Zarządzanie
1.2. Forma i ścieżka studiów	Niestacjonarne z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość
1.3. Poziom kształcenia	Studia I stopnia
1.4. Profil studiów	Praktyczny
1.5. Wydział	Nauk społecznych i humanistycznych
1.6. Specjalność	Nie dotyczy
1.7. Koordynator przedmiotu	mgr Anna Bielak

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Przynależność do grupy przedmiotu	Podstawowy
2.2. Liczba ECTS	1
2.3. Język wykładów	polski
2.4. Semestry, na których realizowany jest przedmiot	V
2.5. Kryterium doboru uczestników zajęć	brak

3. EFEKTY UCZENIA SIĘ I SPOSÓB PROWADZENIA ZAJĘĆ

3.1. Cele przedmiotu

Lp.	Cele przedmiotu
C1	Nabywanie wiedzy na temat zasad autoprezentacji i etykiety.
C2	Rozwijanie umiejętności wykorzystywania zasad autoprezentacji i etykiety w efektywnym poszukiwaniu pracy.
C3	Doskonalenie sprawnego komunikowania się w różnych sytuacjach społecznych i interpersonalnych ze szczególnym uwzględnieniem sytuacji zawodowych.
C4	Nabywanie umiejętności kreowania wizerunku własnego za pomocą głosu.
C5	Zdobycie wiedzy nt. znaczenia personal branding w procesie efektywnego poszukiwania pracy.
C6	Nabywanie umiejętności przygotowania atrakcyjnego dla pracodawcy CV.

3.2. Przedmiotowe efekty uczenia się, z podziałem na WIEDZĘ, UMIEJĘTNOŚCI i KOMPETENCJE, wraz z odniesieniem do kierunkowych efektów uczenia się

Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbole)	Sposób realizacji (X)			
			ST		NST	
			Zajęcia na Uczelni	Obowiązkowe/dodatkowe* zajęcia na platformie	Zajęcia na Uczelni	Obowiązkowe zajęcia na platformie
Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie WIEDZY zna i rozumie						
W1	Zasady autoprezentacji i etykiety w procesie efektywnego poszukiwania pracy	Z2_W08	X			
W2	Sytuacje społeczne i interpersonalne, w których odbywa się autoprezentacja oraz personal branding	Z2_W08	X			
W3	Znaczenie emisji głosu w autoprezentacji	Z2_W08	X			
W4	Wagę komunikacji werbalnej i niewerbalnej w efektywnym poszukiwaniu pracy	Z2_W08	X			
Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie UMIEJĘTNOŚCI potrafi						
U1	Przygotować dobrą autoprezentację w celu znalezienia pracy, na której mu zależy.	Z2_U14	X			
U2	Posługiwać się głosem, który jest spójny z wizerunkiem	Z2_U14	X			
U3	Świadomie posługiwać się komunikatami niewerbalnymi (branding)	Z2_U14	X			
U4	Przygotować atrakcyjne dla pracodawcy CV	Z2_U14	X			
Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH jest gotów do						
K1	Przedstawiania i uzasadniania merytorycznie własnych pomysłów	Z2_K06	X			
K2	Przekonywania innych do swojego stanowiska	Z2_K06	X			
K3	Podnoszenia swoich kwalifikacji	Z2_K06	X			

3.3. Formy zajęć dydaktycznych i ich wymiar godzinowy - Studia stacjonarne (ST), Studia niestacjonarne (NST)

Ścieżka	Wykład	Ćwiczenia	Projekt	Warsztat	Laboratorium	Seminarium	Lektorat	Obowiązkowe/dodatkowe* zajęcia prowadzone z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość w formie	Inne	Punkty ECTS

* Niepotrzebne usunąć

ST	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
NST	-----	-----	-----	5	-----	-----	-----	-----	-----	1

3.4. Treści kształcenia (oddzielnie dla każdej formy zajęć: (W, ĆW, PROJ, WAR, LAB, LEK, INNE). Należy zaznaczyć (X), w jaki sposób dane treści będą realizowane (zajęcia na uczelni lub obowiązkowe / dodatkowe zajęcia na platformie e-learningowej prowadzone z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość)

RODZAJ ZAJĘĆ: warsztat

Lp.	Treść zajęć	Sposób realizacji			
		ST		NST	
		ZAJĘCIA NA UCZELNI	OBOWIĄZKOWE / DODATKOWE*† ZAJĘCIA NA PLATFORMIE	ZAJĘCIA NA UCZELNI	OBOWIĄZKOWE ZAJĘCIA NA PLATFORMIE
1.	Pojęcie efektywnego poszukiwania pracy i reguły nim rządzące. Postawy wobec autoprezentacji Rola pierwszego wrażenia			X	
2.	Branding i personal branding w efektywnym poszukiwaniu pracy			X	
3.	Opracowanie poprawnego CV			X	
4.	Jak nas słyszą, tak nas piszą – dlaczego głos jest taki ważny w autoprezentacji i czy może ułatwić znalezienie pracy?			X	
5.	Autoprezentacja i branding na rynku pracy			X	

3.5. Metody weryfikacji efektów uczenia się (wskazanie i opisanie metod prowadzenia zajęć oraz weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się, np. debata, case study, przygotowania i obrony projektu, złożona prezentacja multimedialna, rozwiązywanie zadań problemowych, symulacje sytuacji, wizyta studyjna, gry symulacyjne + opis danej metody):

1. Obecność na zajęciach
2. Aktywne uczestnictwo w zajęciach – uczestniczenie w dyskusjach, angażowanie się w zadania proponowane podczas warsztatów
4. Przygotowanie CV

* Niepotrzebne usunąć

3.6. Kryteria oceny osiągniętych efektów uczenia się

Efekt uczenia się	Na ocenę 3 lub „zal.” student zna i rozumie/potrafi/jest gotów do	Na ocenę 4 student zna i rozumie/potrafi/jest gotów do	Na ocenę 5 student zna i rozumie/potrafi/jest gotów do
W	Zna i rozumie pojęcia autoprezentacji, etykiety, komunikacji i emisji głosu, branding w procesie efektywnego poszukiwania pracy.	Zna i rozumie pojęcia autoprezentacji, etykiety, komunikacji i emisji głosu, branding w procesie efektywnego poszukiwania pracy. Wyjaśnia na czym polega zsynchronizowanie komunikacji werbalnej i niewerbalnej w personal branding na rynku pracy.	Zna i rozumie pojęcia autoprezentacji, etykiety, komunikacji i emisji głosu. Wyjaśnia na czym polega zsynchronizowanie komunikacji werbalnej i niewerbalnej w personal branding na rynku pracy. Zna reguły wykorzystania właściwej emisji głosu podczas autoprezentacji.
U	Potrafi samodzielnie przygotować krótką autoprezentację.	Potrafi samodzielnie przygotować krótką autoprezentację zgodną z regułami poznaczonymi podczas zajęć.	Potrafi samodzielnie przygotować i wygłosić autoprezentację zgodną z regułami poznaczonymi podczas zajęć.
K	Włada sztuką autoprezentacji w symulowanym procesie poszukiwania pracy.	Włada sztuką autoprezentacji w symulowanym procesie poszukiwania pracy.	Włada sztuką autoprezentacji, wykorzystując prawidłową emisję głosu, komunikaty werbalne i niewerbalne oraz znajomość branży, którą chce reprezentować.

3.7. Zalecana literatura

Podstawowa:

1. Anna Jaskółka, „Mowa ciała. Jak ją odczytywać i właściwie z niej korzystać”, Wydawnictwo Jedność, Kielce 2007.
2. Agata i Jerzy Rzędowscy, „Mówca doskonały”, Wydawnictwo Onepress, Gliwice 2009.
3. Mark Leary „Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji”, Gdańskie Wydawnictwo Pedagogiczne 2010.

Uzupełniająca

1. Roy A. Cook, Gwen O. Cook, Laura J Yale, „Etykieta biznesu”, ABC a Wolters Kluwer business, Warszawa 2009.
2. Don Gabor, „Słowa, które pomagają wygrać”, Wydawnictwo Rebis, 2005.

4. NAKŁAD PRACY STUDENTA - BILANS PUNKTÓW ECTS

Rodzaje aktywności studenta	Obciążenie studenta	
	studia ST	studia NST
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu studenta z nauczycielem akademickim w siedzibie uczelni		
Zajęcia przewidziane planem studiów		5
Konsultacje dydaktyczne (mini. 10% godz. przewidzianych na każdą formę zajęć)		1
Praca własna studenta		
Przygotowanie bieżące do zajęć, przygotowanie prac projektowych/prezentacji/itp.		0
Przygotowanie do zaliczenia zajęć		1
SUMARYCZNE OBCIĄŻENIE GODZINOWE STUDENTA		7
Liczba punktów ECTS		1

Data ostatniej zmiany	31 stycznia 2022 r.
Zmiany wprowadził	Sylwia Zasada
Zmiany zatwierdził	