

Nazwa przedmiotu		Autoprezentacja na rynku pracy				Kod ECTS	14.3.E.SL.94					
						Pkt.ECTS	2					
Jednostka prowadząca przedmiot		KPT	Nazwa kierunku		Ekonomia	Nazwa specjalności		TiL;TiL1;				
Nazwisko prowadzącego		dr Dorota Książkiewicz										
Forma zajęć/Liczba godzin												
Wykład	0	Ćwiczenia	8	Konwersatoria		Laboratoria komputerowe		Seminaria		Lektoraty		
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		2 NS2, 3 NS2-3,				
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):						Semestr:		4, 6,				
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):						Status przedmiotu:		Obligatoryjny				
Sumaryczna liczba godzin:						0	Język wykładowy:		polski			
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia w sali dydaktycznej.										
Metody dydaktyczne		Ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących,										
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi												
Wymagania formalne		Problematyka przedmiotu nie wymaga posiadania przez studentów specjalistycznej wiedzy z innych dziedzin nauki.										
Wymagania wstępne		Znajomość podstaw funkcjonowania rynku pracy.										
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny												
Sposób zaliczenia		Zaliczenie na ocenę										
Kryteria oceny		Studenci oceniani są na podstawie wykonanej prezentacji, będącej indywidualnym rozwinięciem tematyki podejmowanej w trakcie zajęć. Podstawą zaliczenia jest przygotowanie profesjonalnej aplikacji (CV + list motywacyjny) dotyczącej konkretnego procesu rekrutacji oraz udział w rozmowie kwalifikacyjnej dotyczącej wymienionego w aplikacji stanowiska.										
Cele przedmiotu												
Zaznajomienie studenta z zasadami autoprezentacji oraz zasadami funkcjonowania rynku pracy i rekrutacji.												
<p>Student potrafi przygotować się do wszystkich etapów procesu rekrutacji. Nabywa umiejętność poprawnego sformułowania aplikacji oraz przygotowania się do odbycia rozmowy kwalifikacyjnej lub przeprowadzenia wystąpienia publicznego. Założenia: Właściwa autoprezentacja jest istotnym czynnikiem wpływającym na sposób postrzegania prezentującej się osoby, a także ważnym czynnikiem w nawiązywaniu kontaktów i prowadzeniu negocjacji handlowych. Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi wymaganiami i zasadami, jakie powinny być przestrzegane przy autoprezentacji. Celem przedmiotu jest ułatwienie absolwentom kontaktów w relacjach z potencjalnymi pracodawcami.</p>												
Efekty kształcenia się												
Wiedza		E2_W05	Student uzyskuje wiedzę dotyczącą zachowań ludzkich w sytuacjach związanych ze stresem i wystąpieniami publicznymi									
		E2_W06	poznaje metody i narzędzia autoprezentacji									
Weryfikacja efektów kształcenia - Wiedza												
Efekty		egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E2_W05							X					
E2_W06										X		
Umiejętności		E2_U03	potrafi dobrać narzędzia autoprezentacji stosownie do wymagań procesu rekrutacji									
		E2_U07	potrafi samodzielnie przygotować się do procesu rekrutacji									
		E2_U10	przygotowuje wystąpienia ustne									
Weryfikacja efektów kształcenia - Umiejętności												

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E2_U03						X					
E2_U07						X					
E2_U10						X					
Kompetencje	E2_K06	potrafi przygotować się do różnorodnych form rekrutacji									
	E2_K07	posiada umiejętność komunikowania się w warunkach stresu									
Weryfikacja efektów kształcenia - Kompetencje											
Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E2_K06						X					
E2_K07						X					
Treści programowe											
<ul style="list-style-type: none"> • Znaczenie autoprezentacji w kulturze i życiu społecznym. • Elementy autoprezentacji. • Narzędzia kształtowania wizerunku • Trening osobowości • Znaczenie wyglądu zewnętrznego • Autoprezentacja w warunkach stresu • Zasady pisania dokumentów aplikacyjnych 											
Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej											
Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej: <ol style="list-style-type: none"> 1. H. Brdulak, J. Brdulak: <i>"Negocjacje handlowe"</i>, PWE, Warszawa 2000, 2. R.B. Cialdini: <i>"Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka"</i>. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2004, 3. A Wiszniewski: <i>"Jak przekonująco mówić i przemawiać"</i>. PWN, Warszawa-Wrocław 1994, 											
Kontakt		d.ksiazkiewicz@ug.edu.pl ,									