

1.	Nazwa kierunku	komunikacja promocyjna i kryzysowa
2.	Wydział	Wydział Humanistyczny
3.	Cykl rozpoczęcia	2019/2020 (semestr zimowy), 2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy), 2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
5.	Profil kształcenia	praktyczny
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Sztuka autoprezentacji

Kod modułu: 02-KPIKS-SA

1. Liczba punktów ECTS: 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
SA_1	Posiada uporządkowaną podstawową wiedzę w zakresie psychologii.	Kpik_W01	4
SA_10	Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie oraz potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności.	Kpik_K01	5
SA_11	Potrafi wybrać i ocenić zadania priorytetowe, które najlepiej posłużą do realizacji zamierzonych celów.	Kpik_K03	5
SA_2	Zna podstawową terminologię w zakresie humanistyki i nauk społecznych związaną z wybranymi sferami działalności medialnej, kulturalnej i promocyjno-reklamowej i rozumie miejsce nauk humanistycznych i społecznych w relacji do innych nauk.	Kpik_W04	4
SA_3	Ma podstawową wiedzę na temat odbiorców reklamy i mediów, sposobów ich określania, językowej identyfikacji oraz diagnozowania ich potrzeb.		
SA_4	Ma wiedzę o człowieku, jego uwarunkowaniach psychologicznych i zasadach funkcjonowania w społeczeństwie.	Kpik_W17	5
SA_5	Potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać selekcjonować informacje czerpane z różnych źródeł, dotyczące działań promocyjnych w mediach oraz potrafi wykorzystać te informacje do konstruowania kampanii promocyjnych i działań kulturalnych.	Kpik_U01	5
SA_6	Umie samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności w zakresie marketingu, promocji, komunikacji językowej w sytuacjach bezpośredniej rozmowy oraz za pośrednictwem mediów.	Kpik_U03	5
SA_7	Posiada umiejętności w zakresie ewaluacji działań promocyjno-reklamowych oraz komunikacyjnych.	Kpik_U11	3
SA_8	Potrafi ocenić i wybrać właściwe procedury doboru mediów i narzędzi promocyjno-marketingowych do konstruowania kampanii promocyjnoreklamowej.	Kpik_U15	5
SA_9	Posiada umiejętność przygotowania wystąpienia ustnego i zaprezentowania wyników pracy przy użyciu właściwych argumentów merytorycznych i technik emocjonalnych; potrafi wyciągać właściwe wnioski.	Kpik_U16	5

3. Opis modułu	
Opis	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami z zakresu autoprezentacji, etykiety, technik wywierania wpływu oraz medialnymi wymiarami public relations. Poprzez znajomość w/w zagadnień studenci mają możliwość zdobyć kompetencje w zakresie krytycznej analizy zjawisk interpersonalnych oraz wykształcić umiejętność posługiwania się skutecznymi technikami autoprezentacyjnymi.
Wymagania wstępne	Brak

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
z_1	zaliczenie	Zaliczenie w formie określonej przez prowadzącego w sylabusie.	SA_1, SA_10, SA_11, SA_2, SA_3, SA_4, SA_5, SA_6, SA_7, SA_8, SA_9

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
SA_K	konwersatorium	metoda podająca (pogadanka, objaśnienia i wyjaśnienia), metoda problemowa (metoda aktywizująca wraz grami sytuacyjną i dydaktyczną), metoda zadaniowa oraz metoda praktyczna (ćwiczenia przedmiotowe z analizą materiału poglądowego)	30	Samodzielna realizacja wskazanych partii materiału, analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórka i ugruntowanie materiału przedstawionego na zajęciach.	30	z_1