



Symbol efektu uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się - przedmiotowe	Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku
Wiedza		
W_01	W zaawansowanym stopniu zna oraz rozumie kompetencje menedżerów i przedsiębiorców w obszarze kreowania wizerunku, warunkujące skuteczność ich działań.	FiR_W06
Umiejętności		
U_01	Potrafi planować i organizować pracę indywidualną oraz w zespole, a także współdziałać z innymi osobami oraz kierować zespołem pracowniczym w bieżącej działalności firmy, a także w warunkach trudnych i kryzysowych.	FiR_U09
Kompetencje społeczne		
K_01	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, w tym przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych, a także dbałości o właściwe kształtowanie wizerunku przedsiębiorstwa.	FiR_K03
Tematy poszczególnych zajęć z podziałem na liczbę godzin (niestacjonarne/stacjonarne)		
<b>WYKŁADY</b> <b>(zajęcia o charakterze teoretycznym)</b> 1. Rola menedżera w budowaniu wizerunku firmy 2h/3 2. Komunikacja w biznesie 1h/2 3. Wygląd zewnętrzny jako narzędzie wywierania kreowania wizerunku menedżera 1h/2 4. Zachowanie w sytuacjach trudnych i kryzysowych 2h/3 5. Savoir Vivre w służbie kreowania wizerunku 2h/3 6. Wielcy tego Świata – wpływ znanych ludzi na kształtowanie wizerunku współczesnego menedżera 2h/2		
<b>Ćwiczenia</b> <b>(zajęcia o charakterze praktycznym)</b> 1. Określenie własnego stylu w kształtowaniu wizerunku 1h/2 2. Wizerunek biznesmena- dress code 1h/3 3. Wizerunek w Internecie 2h/2 4. Etykieta biznesu czyli międzynarodowy język kurtuazji 2h/2 5. Praktyczne zasady rozmów pozabiznesowych 2h/3 6. Kulturalny obywatel świata 2h/3		
Metody prowadzenia zajęć	Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, studia przypadków, dyskusja, rozwiązywanie zadań, studiowanie literatury, pobudzanie przez prowadzącego studentów do aktywnego udziału w zajęciach.	
Literatura obowiązkowa	1. I. Kamińska-Radowska, Kultura biznesu: normy i formy, PWN, Warszawa, 2012 2. I. Kamińska-Radowska, Etykieta biznesu czyli międzynarodowy język kurtuazji, Wydawnictwo Studio EMKA, Warszawa 2003, 2003 3. M. Łebkowski, E-wizerunek : internet jako narzędzie kreowania image'u w biznesie, Helion, Gliwice, 2009	
Literatura uzupełniająca	1. K. Kowalska, A. Łakoma, B. Szymoniuk, Szymoniuk Wizerunek biznesowy, Politechnika Lubelska, Lublin, 2011 2. T. Rzepa, Psychologia komunikowania się dla menedżerów, Difin, Warszawa, 2006	
Końcowa ocena wyników pracy studenta nad przedmiotem wymaga syntezy osiągniętych przez niego efektów		

### 3. Zadania i czas SAMODZIELNEJ pracy studenta

Wyszczególnienie zadań	Liczba godzin		Punkty ECTS	
	st.	ns.	st.	ns.
<b>Zadania o charakterze teoretycznym</b>	10	15	0,4	0,6
Przygotowanie do zajęć i egzaminu końcowego	10	15	0,4	0,6
<b>Zadania kształtujące umiejętności praktyczne</b>	10	15	0,4	0,6
Zadania kształtujące wystąpienia publiczne	10	15	0,4	0,6
<b>ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz. i pkt. ECTS</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>0,8</b>	<b>1,2</b>

### 4. Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta

Symbol efektu uczenia się	Metody weryfikacji i oceny efektów uczenia się
K_01	Aktywność na zajęciach
U_01	Kolokwium pisemne
W 01	Egzamin pisemny

#### **Podstawowe kryteria oceny końcowej:**

Aby uzyskać ocenę pozytywną z egzaminu student musi napisać test na co najmniej 51% maksymalnej liczby punktów.

Aby uzyskać ocenę pozytywną z zaliczenia przedmiotu student musi napisać kolokwium na platformie moodle na co najmniej 51% maksymalnej liczby punktów.

Oceny wystawiane są zgodnie z systemem przyznawania ocen obowiązującym w WSAiB.