

Personal branding - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Personal branding
Kod przedmiotu	15.3-WH-CT-PB
Wydział	Wydział Humanistyczny
Kierunek	Coaching transformacyjny
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	podyplomowe
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2017/2018

Informacje o przedmiocie	
Semestr	2
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	- dr Barbara Czardybon - dr Marcin Sieńko

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Ćwiczenia	-	-	8 (w tym jako e-learning)	0,53 (w tym jako e-learning)	Zaliczenie

Cel przedmiotu

W dobie współczesnego rynku pracy, zatłoczonego i konkurencyjnego, kluczowe jest świadome budowanie osobistej marki. Celem przedmiotu jest zapoznanie słuchaczy studiów podyplomowych ze składowymi osobistej marki takimi jak wiedza, umiejętności, wartości, aspiracje itp. oraz z metodami i narzędziami niezbędnymi do zbudowania spójnego i skutecznego wizerunku profesjonalnego.

Wymagania wstępne

Brak wymagań.

Zakres tematyczny

- Składniki osobistej marki.
- Techniki i strategie zarządzania reputacją.
- Rola i projekt własnej identyfikacji wizualnej – od logo, przez kolory, typografię oraz ich zastosowanie na wizytówkach, stronach internetowych, dokumentach itp.
- Wygoogluj samego siebie: podstawy budowania własnej widoczności w Internecie.
- Rola narzędzi internetowych (Facebook, LinkedIn itp.) w budowaniu sieci kontaktów i upowszechnianiu własnego osobistego brandu.
- Monitorowanie osobistej marki.

Metody kształcenia

praca warsztatowa

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
posiada wiedzę na temat metod budowania marki osobistej w oparciu o techniki marketingowe	KCT_W10	- dyskusja - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	Ćwiczenia
potrafi zaprojektować plan budowy i umacniania własnej marki osobistej	KCT_U02	- obserwacja i ocena aktywności na zajęciach - obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta	Ćwiczenia
jest gotów wykorzystywać social media do kreacji marki osobistej	KCT_K04	- obserwacja i ocena aktywności na zajęciach - obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta	Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

- ocena wykonanego projektu podczas zjazdu
- test wiedzy na egzaminie końcowym

Literatura podstawowa

- Evans L., *Social media marketing: odkryj potencjał Facebooka, Twittera i innych portali społecznościowych*, tłum. B. Sałbut, Gliwice 2011.
- Rampersad H. K., *TY – marka inna niż wszystkie. Sztuka autentycznego brandingu osobistego*, tłum. M. Witkowska, Gliwice 2010.
- Schawbel D., *Personal branding 2.0. Cztery kroki do zbudowania osobistej marki*, tłum. M. Gutowski, Gliwice 2012.
- Trzeciak S., *Coaching marki osobistej czyli Kariera lidera*, Sopot 2015.

Literatura uzupełniająca

- Mac A., *E-przyjaciele: zobacz co media społecznościowe mogą zrobić dla Twojej firmy*, tłum. A. Romanek, Gliwice 2011.
- Wieseneder S., *Skuteczne zarządzanie reputacją i spójny image*, tłum. M. Jatowska, Warszawa 2008.

Uwagi

Zajęcia prowadzi dr Marcin Sierko i Prof. UZ dr hab. Roman Sapeńko.

Zmodyfikowane przez dr Barbara Czardybon (ostatnia modyfikacja: 17-09-2017 13:14)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ