Budowanie marki coacha - opis przedmiotu

Informacje ogólne

Nazwa przedmiotu	Budowanie marki coacha
Kod przedmiotu	14.4-WP-CwZiB-BMC-N16
Wydział	Wydział Nauk Społecznych
Kierunek	Coaching w życiu i biznesie
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	podyplomowe
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2017/2018
Jednostka obsługująca przedmiot	Wydział Nauk Społecznych

Informacje o przedmiocie

Liczba punktów ECTS do zdobycia	1
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	

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

Celem zajęć jest znalezienie dla studenta indywidualnego obszaru rozwoju kariery coacha i sprecyzowanie własnej marki

Wymagania wstępne

brak

Zakres tematyczny

Ja jako Coach – moja ścieżka rozwoju. Moja marka osobista, cele i wartości. Komunikowanie marki. Reklama. Strategie rozwoju warsztatu pracy.

Metody kształcenia

Dyskusja, ćwiczenia, praca projektem.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągania efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Ma wiedzę na temat diagnozy rynku dla coachingu i zna podstawowe cele, formy i metody jej dokonywania.	• K_W08	• projekt	• Ćwiczenia
Uwzględnia w analizowaniu problemów runku pracy coacha nie tylko czynniki/ uwarunkowania psychologiczne, ale także biologiczne i społeczno-kulturowe. Wykorzystuje zdobytą wiedzę przy tworzeniu oferty.	• K_U02	• projekt	• Ćwiczenia
Wykorzystuje wiedzę teoretyczną w celu projektowania, przeprowadzania i analizy wyników badań w ramach działań obszaru coachingu.	• K_U03	• projekt	• Ćwiczenia
Potrafi współpracować ze specjalistami różnych dziedzin w zróżnicowanych warunkach środowiskowych.	• K_K05	• projekt	• Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Wykonanie projektu przygotowanego na potrzeby zajęć.

Literatura podstawowa

1. Wilson, C. (2010). Coaching biznesowy. Warszawa: MT Biznes
2. Malinowska Parzydło J., jesteś marką 2015, wyd. One press
3. Trzeciak S., Coaching marki osobistej, czyli kariera lidera, GWP Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne

Literatura uzupełniająca

1. Schawbel D., Personal branding 2.0. Cztery kroki do zbudowania osobistej marki, wyd. Helion

Uwagi

Zmodyfikowane przez mgr inż. Karolina Jezior-Pieczyńska (ostatnia modyfikacja: 03-02-2017 14:49)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ