Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Kreowanie marki osobistej

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Dziedzictwo kulturowe w biznesie i muzealnictwie **Specjalność** - **Jednostka organizacyjna** Instytut Historii i Archiwistyki **Poziom studiów** II stopnia **Forma studiów** studia stacjonarne **Profil studiów** ogólnoakademicki	**Cykl dydaktyczny** 2025/26 **Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** Zaliczenie na ocenę **Języki wykładowe** polski **Obligatoryjność** Obowiązkowy **Blok zajęciowy** Przedmioty ogólne/obligatoryjne

Koordynator zajęć	Natalia Bursiewicz
Prowadzący zajęcia	Natalia Bursiewicz

Okres	**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się**	**Liczba punktów ECTS**
Semestr 3	Zaliczenie na ocenę **Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia** • Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	3

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Celem zajęć jest przygotowanie studentów do świadomego budowania własnego wizerunku w przestrzeni zawodowej i publicznej. Uczestnicy poznają narzędzia, strategie i praktyki, które pozwolą im wyróżnić się na rynku pracy, budować zaufanie oraz skutecznie komunikować swoje wartości i kompetencje.

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z historii sztuki i muzealnictwa oraz zastosowania marketingu w turystyce. Umiejętność poszukiwania i selekcji informacji, poddawania krytyce i interpretowania informacje pozyskanych z literatury przedmiotu, a następnie kreatywne ich wykorzystywać w konstruowaniu własnych tekstów i prezentacji.

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy:			
W1	Student zna pojęcia i terminy stosowane w marketingu w zakresie marki osobistej i budowania wizerunku.	K_W05	Projekt indywidualny, Aktywność
W2	Student wskazuje sposoby budowania marki osobistej i zarządzania nią.	K_W07	Projekt indywidualny, Prezentacja
Umiejętności:			
U1	Student jest zdolny myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia.	K_U02	Prezentacja, Aktywność
U2	Student potrafi tworzyć treści wizualne i językowe związane przeznaczone do publikacji w sieci i spójne z wizerunkiem marki. Student tworzy własną strategię marki osobistej.	K_U08	Prezentacja, Aktywność
Kompetencji społecznych:			
K1	Jest gotów do podejmowania działań promocyjnych w obrębie komunikacji marki.	K_K01	Aktywność

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Wprowadzenie do problematyki marki osobistej – czym jest marka osobista i dlaczego ma znaczenie?	W1, W2	Ćwiczenia audytoryjne
2.	Analiza własnych zasobów – wartości, talenty, mocne strony	W2, U2	Ćwiczenia audytoryjne
3.	Narzędzia do budowania marki osobistej – blog, podcast, video, książka, wystąpienia publiczne, social media, newsletter	W1, W2, U2, K1	Ćwiczenia audytoryjne
4.	Storytelling i narracja osobista – jak opowiadać swoją historię?	W1, W2, U2	Ćwiczenia audytoryjne
5.	Media społecznościowe jako narzędzie budowania marki	U1, U2, K1	Ćwiczenia audytoryjne
6.	Networking i relacje zawodowe – jak tworzyć sieć kontaktów	W2, U1, K1	Ćwiczenia audytoryjne
7.	Autoprezentacja i komunikacja – wystąpienia publiczne, język ciała, pierwsze wrażenie	W2, U2, K1	Ćwiczenia audytoryjne

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
8.	Podsumowanie i strategia działania – plan rozwoju własnej marki osobistej	W2, K1	Ćwiczenia audytoryjne

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Ćwiczenia audytoryjne	Dyskusja, Ćwiczenia

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia audytoryjne	Uzyskanie zaliczenia na podstawie zgromadzenia odpowiedniej liczby punktów z obecności (dopuszczalna 1 nieobecność), aktywnego udziału w dyskusji nad wybranymi tematami, udziału w projektach i ćwiczeniach indywidualnych. 10% - obecność 20% - poprawne wykonanie poszczególnych projektów i zadań domowych 70% - aktywność podczas zajęć i udział w dyskusji

Literatura

Obowiązkowa

1. Kowal-Orczykowska A., PERSONAL BRANDING. Świadome kształtowanie wizerunku, CeDeWU, War-szawa, 2023
2. Kowal-Orczykowska A., Wszystko ma markę - ODNAJDŹ SWOJĄ! Personal branding - o świadomym kreowaniu wizerunku w zgodzie ze sobą, CeDeWU, Warszawa, 2021

Dodatkowa

1. Grzesiak M., Personal branding, czyli jak skutecznie zbudować autentyczną markę osobistą, Onepress, Gliwice, 2019
2. Piotrowski P., Świadomość wizerunku. Klucz do "Personal branding", Petrus, 2020

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Ćwiczenia audytoryjne	15
Przygotowanie do zajęć	8
Przygotowanie projektu	15
Studiowanie literatury	10
Pozostałe godziny w kontakcie	10
Przygotowanie do zaliczenia	15
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10

Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 83
Liczba punktów ECTS	**ECTS** 3

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut