

**Cel nauczania przedmiotu: Celem zajęć jest zapoznanie studentów z podstawowymi**

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Głogowie										
Instytut: Humanistyczny, Ekonomiczny, Politechniczny										
Kierunek: Pedagogika, Kulturoznawstwo, Edukacja Artystyczna w Zakresie Sztuk Plastycznych, Ekonomia, Metalurgia, Automatyka i Robotyka										
Specjalność: wszystkie specjalności na kierunkach										
Autor programu: mgr Ewa Karlińska										
Status programowy przedmiotu: Przedmiot dodatkowy										
Studia	Rok studiów	Semestr	Nazwa przedmiotu	Wymiar godzin					Forma zal.	Punkty ECTS
				w	c	s	l	p/k		
Stacjonarne	1		Podstawy Autoprezentacji		15				zal. z oceną	
<u>Niestacjonarne</u>	1				9				zal. z oceną	

zagadnieniami z zakresu autoprezentacji, technik wywierania wpływu, negocjacji, savoir-vivru i etykiety oraz założeniami public relations. Poprzez znajomość w/w zagadnień zdobycie umiejętności krytycznej analizy zjawisk interpersonalnych oraz wykształcenie skutecznych technik autoprezentacyjnych.

**Zakres tematyczny przedmiotu:**

**Komunikacja** - Kultura oka i ucha, Komunikacja werbalna- miejsce, nadawca, przekaz, odbiorca, Rodzaje zakłóceń, Komunikacja niewerbalna- gestykulacja, mimika, dystans fizyczny, operowanie głosem, spojrzenia, pozycja ciała

**Techniki manipulacji** - Reguła wzajemności, Reguła konsekwencji, Społeczny dowód słuszności

**Techniki manipulacji** – Sympatia, Autorytet, Prawo niedostępności, Niska piłka, Drogie jest lepsze, Dobry i zły policjant

**Negocjacje** - Negocjacje jako proces- struktura i przebieg, Definicja kwestii negocjacyjnych- ustalanie celów i wyznaczanie granic- aspiracje negocjacyjne, możliwe ustępstwa, BATNA, Miejsce i czas negocjacji, Strategie negocjacyjne, Harmonogram, Skuteczne techniki negocjacyjne, Bariery negocjacyjne, Sposoby wychodzenia z impasu negocjacyjnego, Obrona przed manipulacją, Przygotowanie argumentów- funkcje pytań i funkcje słuchania

**Kreacja wizerunku** - Atrybucja i dysonans poznawczy, jako mechanizmy tworzenia obrazu samego siebie, Samoocena i jej rola w motywacji do wywierania

wrażenia, Typ urody- elementy wizażu i stylizacji, Zasady doboru garderoby, Kolor, jako komunikat, Gadżety i dodatki, jako komunikaty, Kreacja otoczenia, Rytuály i stereotypy społeczne, Rozbieżności pomiędzy pożądanym, a rzeczywistym wizerunkiem

**Savoir-vivre i etykieta** - Zadania i funkcje, Opozycja natury i kultury- normy autoprezentacyjne, Zasady procedencji, Etykieta stołu, Etykieta związana z garderobą

**Public relations** - Historia i kontekst społeczny PR, Definicja i zakres PR, Definiowanie problemów- strategie i zasady budowy programów PR, Kontakty z mediami i społecznościami lokalnymi

**Rozmowa kwalifikacyjna** - CV i list motywacyjny, Przygotowanie do spotkania, Przebieg rozmowy

#### **Literatura podstawowa (1-2 pozycje):**

1. **Marc Leary, Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji. Gdańskie wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk, 1999**
2. **A.Krzywicki, W.Gałązka, Nie wystarczy być...czyli od zera do lidera. Wyd. Mak, Wrocław, 2004**
3. **E.Pietkiewicz, Savoir-vivre dla każdego. Wyd. Diogenes 1997**

#### **Literatura uzupełniająca (do 5 pozycji):**

1. H.Schwinghammer, Wielka księga savoir-vivre. Wyd. Klub dla ciebie, 2003
2. W. Głodowski, Komunikowanie interpersonalne. Wyd. Hansa Communication, Warszawa 2001
3. Sam Black, Public relations. Dom Wydawniczy ABC, Kraków 2001
4. A. Rzędowska, J.Rzędowski, Wystąpienia publiczne w biznesie. Wyd. Helion, Gliwice 2007 r.
5. A. Benedikt, Mowa ciała. Wyd. Astrum, Wrocław 2002

Data i podpis prowadzącego przedmiot

Data i podpis dyrektora instytutu