*Załącznik nr 1.5 do Zarządzenia Rektora UR nr 61/2025*

**SYLABUS**

**dotyczy cyklu kształcenia 2025-2027**

*(skrajne daty*)

Rok akademicki 2025-2026

1. Podstawowe informacje o przedmiocie

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Kreowanie wizerunku |
| Kod przedmiotu\* |  |
| nazwa jednostki prowadzącej kierunek | Wydział Pedagogiki i Filozofii |
| Nazwa jednostki realizującej przedmiot | Instytut Filozofii UR |
| Kierunek studiów | Komunikacja międzykulturowa |
| Poziom studiów | II |
| Profil | Ogólnoakademicki |
| Forma studiów | Stacjonarne |
| Rok i semestr/y studiów | I rok I semestr |
| Rodzaj przedmiotu |  |
| Język wykładowy | Polski |
| Koordynator | Dr Jarosław Kinal |
| Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących | Dr Jarosław Kinal |

\* *-opcjonalni*e, *zgodnie z ustaleniami w Jednostce*

1.1.Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Semestr  (nr) | Wykł. | Ćw. | Konw. | Lab. | Sem. | ZP | Prakt. | Inne (jakie?) | **Liczba pkt. ECTS** |
| I |  | 30 |  |  |  |  |  |  | 3 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

1.2. Sposób realizacji zajęć

X zajęcia w formie tradycyjnej

☐ zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)

2.Wymagania wstępne

|  |
| --- |
| brak |

3. cele, efekty uczenia się , treści Programowe i stosowane metody Dydaktyczne

3.1 Cele przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| C1 | Przekazanie wiedzy o podstawach tworzenia i zarządzania wizerunkiem |
| C2 | Wykształcenie umiejętności tworzenia i zarządzania różnymi typami wizerunku |
| C3 | Umiejętność doboru odpowiednich narzędzi do zaistniałej sytuacji rozwoju wizerunku marki |

**3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| EK (efekt uczenia się) | Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu | Odniesienie do efektów kierunkowych [[1]](#footnote-1) |
| Ek\_01 | Ma wiedzę dotyczącą prowadzenia badań ewaluacji  Działań wizerunkowych zgodnych z warsztatem badacza kultury | K\_w01 |
| Ek\_02 | Ma wiedze dotyczącą etycznych, ekonomicznych, prawnych wyznaczników kreacji wizerunku  Instytucjonalnego zgodnie z obowiązującym stanem prawnym z uwzględnieniem praw autorskich i praw pokrewnych | K\_w05 |
| Ek\_03 | Potrafi planować kampanie wizerunkowe zgodnie z  Warsztatem naukowym oraz odpowiednim doborem narzędzi do konkretnego etapu realizacji kampanii | K\_u01 |
| Ek\_04 | Potrafi rozdzielać zadania i planować pracę zespołowe w kontekście kreacji wizerunku z uwzględnieniem procedur | K\_u05 |
| Ek\_05 | Posiada kompetencje przedsiębiorcze w zakresie firm  Eventowych i wizerunkowych | K\_k03 |
| Ek\_06 | Posiada kompetencje etyczne do pracy w firmach zajmujących się promocją w środowisku  Międzynarodowym | K\_k04 |
|  |  |  |

**3.3 Treści programowe**

1. Problematyka wykładu

|  |
| --- |
| Treści merytoryczne |
|  |
|  |
|  |

1. Problematyka ćwiczeń, konwersatoriów, laboratoriów, zajęć praktycznych

|  |
| --- |
| Treści merytoryczne |
| 1. Definicje i typy wizerunku. Wizerunek a reputacja |
| 2. Wizerunek indywidualny. Techniki kreacji marki osobistej |
| 3. Dress code i komunikacja niewerbalna jako elementy kształtujące markę osobistą |
| 4. NLP i techniki wywierania wpływu jako elementy działań wspierających budowę marki  sobistej |
| 5. Wizerunek grupowy (instytucjonalny) |
| 6. Techniki kreacji wizerunku instytucjonalnego |
| 7. Wizerunek medialny i jego funkcje. Zasady współpracy z mediami |
| 8. Wystąpienia publiczne – warsztat wystąpień zamkniętych |
| 9. Wystąpienia publiczne – warsztat wystąpień plenerowych |
| 10. Wystąpienia publiczne – warsztat wystąpień radiowych |
| 11. Wystąpienia publiczne – praca z kamerą |
| 12. Metody tworzenia i autoryzacji tekstu osobistego |
| 13. Budowa marki on-line |
| 14. Zarządznie sytuacją kryzysową marki |
| 15. Savoir-Vivre, Netetykieta i elementy sygnaturalne marki |

3.4 Metody dydaktyczne

Np.:

*Wykład: wykład problemowy, wykład z prezentacją multimedialną, metody kształcenia na odległość*

*Ćwiczenia: analiza tekstów z dyskusją, metoda projektów (projekt badawczy, wdrożeniowy, praktyczny), praca w grupach (rozwiązywanie zadań, dyskusja),gry dydaktyczne, metody kształcenia na odległość*

*Laboratorium: wykonywanie doświadczeń, projektowanie doświadczeń*

Metoda projektów, praca w grupach, zadania symulacyjne

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Symbol efektu | Metody oceny efektów uczenia się  (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć) | Forma zajęć dydaktycznych  (w, ćw, …) |
| Ek\_ 01 | Praca projektowa | Ćwiczenia |
| Ek\_ 02 | Praca projektowa | Ćwiczenia |
| Ek\_03 | Praca projektowa | Ćwiczenia |
| Ek\_04 | Praca projektowa | Ćwiczenia |
| Ek\_05 | Praca projektowa | Ćwiczenia |
| Ek\_06 | Praca projektowa | Ćwiczenia |

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

|  |
| --- |
| Do przystąpienia do procedury ewaluacyjnej niezbędna jest 80% obecność na zajęciach. Jako pracę zaliczeniową student przygotowuje prezentację dotyczącą konkretnego studium przypadku kreacji i zarządzania marką (osobowościową lub instytucjonalną) w przypadku kryzysu marki lub plan budowy własnej marki osobistej zawierającej część analityczną oraz prognostyczną. Praca będzie oceniana w ramach modułów: 1. Poprawność doboru case study (0-10pkt) 2. Poprawność warsztatowa w tym: opis, sygnalizacja tła) (0-10pkt) 3. Poprawność analiz (0-10pkt) 4. Zastosowane źródła (0-10 pkt) 5. Poprawność edytorsko-językowa (0-10 pkt)  Kryteria oceny 0-25 pkt – ndst 26-30 – dst  31-35 - +dst  36-40 – db  41-45 - +db  46-50 - bdb |

**5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS**

|  |  |
| --- | --- |
| **Forma aktywności** | **Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności** |
| Godziny kontaktowe wynikające  z harmonogramu studiów | 30 |
| Inne z udziałem nauczyciela akademickiego  (udział w konsultacjach, egzaminie) | 2 |
| Godziny niekontaktowe – praca własna studenta  (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.) | 48 |
| SUMA GODZIN | 80 |
| **SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS** | 3 |

*\* Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.*

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

|  |  |
| --- | --- |
| wymiar godzinowy | brak |
| zasady i formy odbywania praktyk | brak |

7. LITERATURA

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa:  Białopiotrowicz G., Kreowanie wizerunku w biznesie i polityce, Wyd. Poltext, Warszawa 2009.  Cialdini R.B., Wywieranie wpływu na ludzi, GWP, Gdańsk 2002  Degen U., Sztuka nawiązywania pierwszego kontaktu, GWP, Gdańsk 2004.  Dent F.E., Brent M., Wywieranie wpływu. Umiejętności i techniki przydatne do osiągnięcia sukcesu w biznesie, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009.  Podraza U., Kryzysowe Public Relations, Wyd. Difin S.A., Warszawa 2009 |
| Literatura uzupełniająca:  Drzycimski A., Sztuka kształtowania wizerunku  Goffman E., Człowiek w teatrze życia codziennego, Wydawnictwo KR, Warszawa 2000.  Falkowski A., Tyszka T., Psychologia zachowań  konsumenckich, GWP, Gdańsk 2002. |

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej

1. W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela. [↑](#footnote-ref-1)