

Tytuł/stopień naukowy imię i nazwisko	mgr inż. Agnieszka Walczak-Skałicka
Tytuł zajęć (po polsku i angielsku)	Autokreacja w XXI wieku - od samodoskonalenia do marki osobistej Autocreation in the 21st century - from selfimprovement to a personal brand
Liczba godzin, ECTS, język	Liczba godzin (30) Liczba ECTS 3 Język wykładowy: polski
Forma zajęć*, semestr	Konwersatorium, zimowy
Teams czy Wirtualny Kampus (w przypadku zajęć prowadzonych zdalnie)**	Teams
Czy, a jeżeli tak, to jaka część zajęć jest planowana w formie zdalnej w przypadku zniesienia ograniczeń w prowadzeniu zajęć w sposób tradycyjny	W przypadku możliwości przeprowadzenia zajęć w sposób tradycyjny, maksymalnie połowa godzin planowana jest do przeprowadzenia w formie zdalnej.
Czy zajęcia są dedykowane kierunkowi Kreatywność społeczna*** Tak/ Nie	Nie
Krótki opis	Autokreacja to naturalny element rozwoju człowieka. W świetle koncepcji marki osobistej zyskuje on kolejny wymiar. Marka osobista to jedna z najnowszych i aktualnie prężnie rozwijających się koncepcji dotyczących między innymi komunikacji, tworzenia wartości np. w postaci wytworów wiedzy czy sztuki i budowania silnych i trwałych conceptów znaczeniowych wokół własnej osoby. Jednym z tematów dyskusji będzie również krytyczne ujęcie koncepcji marki osobistej. Zajęcia mają na celu przybliżenie teoretycznych podstaw obu obszarów a także prezentację praktycznych ćwiczeń, technik i narzędzi pracy nad samopoznaniem, samorozwojem oraz budowaniem marki osobistej.
Wykaz tematów	1. Podstawowe pojęcia: autokreacja, autonarracja, marka osobista, tożsamość, wizerunek 2. Charakterystyka i uwarunkowania procesu autokreacji

	- Charakterystyka i uwarunkowania procesu budowania marki osobistej - Narzędzia samopoznania - Strategie samodoskonalenia - Celowość podejmowanych działań – czy wszystko musi mieć swój z góry ustalony cel? Jak konstruować cele, by skutecznie je realizować? - Narzędzia budowania marki osobistej (projektowanie doświadczeń, autonarracja, komunikacja offline i online) - Archetypy osobowości marki jako narzędzie samopoznania i uspołniania komunikacji - Krytyczne ujęcie koncepcji marki osobistej - Planowanie projektu: „mój rozwój / rozwój mojej marki”
Forma zaliczenia	Ocena zadań wykonywanych podczas zajęć.
Efekty uczenia się (wiedza; umiejętności, kompetencje)*****	Wiedza Student: - posiada uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą kluczowe zagadnienia z zakresu autokreacji i budowania marki osobistej - posiada zaawansowaną wiedzę dotyczącą procesu budowania marki osobistej, potrafi wskazać jego najważniejsze etapy i rozumie rolę poszczególnych elementów w tym procesie - posiada wiedzę w zakresie pól wykorzystania koncepcji marki osobistej w ramach działań w konkretnej organizacji lub na otwartym rynku pracy - rozumie ograniczenia koncepcji marki osobistej - posiada wiedzę w zakresie możliwości wykorzystania marki osobistej jako jednego z narzędzi samodoskonalenia i autokreacji - rozumie kulturowe, psychologiczne, ekonomiczne i prawne uwarunkowania wpływające na koncepcję marki osobistej - posiada wiedzę na temat różnych kierunków rozwoju koncepcji marki osobistej Umiejętności Student: - potrafi komunikować się na tematy specjalistyczne (związane ze specjalizacją marki osobistej) ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców - potrafi samodzielnie planować i realizować własną ścieżkę rozwoju zarówno zawodowego, jak i osobistego - potrafi ocenić skuteczność poszczególnych działań, w tym komunikacyjnych i autonarracyjnych

	4. potrafi zarządzać własną marką osobistą w kontekście działalności w danej organizacji oraz na otwartym rynku pracy Kompetencje społeczne Student: • ma świadomość odpowiedzialności, która jest nieodłącznym i szczególnie istotnym elementem budowania marki osobistej • jest gotowy do krytycznej oceny odbieranych i publikowanych treści • ma świadomość roli etyki w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych w funkcjonowaniu konkretnej organizacji oraz życia gospodarczego i na otwartym rynku pracy
Czy zajęcia były oferowane w poprzednich 3 latach (jeżeli tak, kiedy)	Nie

* Sugerowaną formą zajęć, ze względu na zapisy w planach studiów, jest konwersatorium

** Sugerowaną planowaną formą zajęć, ze względów zagrożeń epidemiologicznych, jest forma zdalna

*** Studenci kreatywności społecznej mają pierwszeństwo zapisów na te zajęcia w I turze zapisów

**** Proszę o powiązanie efektów uczenia się z kierunkowymi efektami uczenia się/kształcenia ustalonymi dla poszczególnych kierunków studiów - efekty powinny być tak sformułowane, by dały się powiązać z efektami wszystkich kierunków; przy czym, dla zajęć dedykowanych kreatywności, efekty powinny być sformułowane tak, by w szczególny sposób wiązały się z kierunkowymi efektami uczenia się/ kształcenia opracowanymi dla kreatywności