

SENAT

UCHWAŁA NR R.0000.175.2020

SENATU UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO
WE WROCŁAWIU
z dnia 24 września 2020 r.

w sprawie

ustalenia programów studiów podyplomowych *Marka osobista w biznesie* (program realizowany w formie e-learningu)

Działając na podstawie § 30 pkt 12 Statutu Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Senat ustala:

§ 1

Program studiów podyplomowych *Marka osobista w biznesie* (program realizowany w formie e-learningu).

§ 2

Program studiów podyplomowych *Marka osobista w biznesie* (program realizowany w formie e-learningu), stanowi załącznik nr 1 do niniejszej uchwały.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem jej podjęcia.

Rektor

prof. dr hab. Andrzej Kaleta

SENAT

Załącznik nr 1 do uchwały nr R.0000.175.2020 z 24 września 2020 r.

Nazwa studiów podyplomowych (kierunku):
MARKA OSOBISTA W BIZNESIE – Virtual Classroom

Liczba godzin 150
(min. 140)

Liczba punktów ECTS 30
(min. 30)

Imię i nazwisko kierownika studiów:
Estera Piwoni-Krzeszowska

e-mail:
estera.piwoni-krzeszowska@ue.wroc.pl

Telefon:
606 420 180

Pok./bud.
809

1. Sylwetka absolwenta i cele studiów

Cele studiów:

1. wyposażenie każdego uczestnika w wiedzę w zakresie kreowania marki osobistej w biznesie, która jest jednym z czynników warunkujących sukces zawodowy w warunkach wymagających zwinności w kształtowaniu relacji biznesowych,

2. rozwój umiejętności:

- 810 identyfikacji wartości i potencjału budowania spójnego wewnątrz i zewnątrz osobistego wizerunku,
- 811 budowania marki osobistej,
- 812 autoprezentacji i kreowania pożądanego wizerunku w mediach społecznościowych,
- 813 wykorzystania narzędzi zwinnego samorozwoju,
- 814 zwinnego kształtowania relacji biznesowych,
- 815 twórczego myślenia i uczenia się w działaniu,
- 816 intuicyjnego podejmowania decyzji,

3. budowanie postawy osoby, który jest samoświadoma swoich atutów, słabości, wartości życiowych, celów swojej kariery, która jest kreatywna i otwarta na zmiany, która jest zwinna w kształtowaniu pożądanego relacji biznesowych.

Absolwent studiów to osoba wyposażona zarówno w kompetencje tzw. miękkie, które są niezbędne do rozwoju ścieżki kariery zawodowej, realizowania własnych celów, efektywnego dostosowywania się do zmian i ich kreowania, jak również w kompetencje tzw. twarde, które są kluczowe w budowaniu marki osobistej i kształtowaniu relacji biznesowych.

2. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych

1. podstawowa wiedza z zakresu zarządzania relacjami biznesowymi
2. umiejętność analizy, porównań oraz zajęcia krytycznego stanowiska wobec danego problemu.
3. świadomość potrzeby ciągłego uczenia się i rozwijania zawodowego

SENAT

3. Efekty uczenia się na poziomie całego programu

Symbol	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk poziomów 6-8 drugiego stopnia typowych dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach systemu szkolnictwa wyższego / charakterystyk poziomów drugiego stopnia typowych dla kwalifikacji o charakterze zawodowym
WIEDZA		
MOWB_W1	rozumie i odpowiednio definiuje pojęcia związane ze zwinnością osobistą i relacyjną, marką osobistą, autocoachingiem,	P7S_WG
MOWB_W2	zna metody, techniki i narzędzia rozwoju własnego potencjału, autoanalizy, kształtowania zachowań zwiększających wartość relacji biznesowych, procesu twórczego budowania własnego wizerunku i autorytetu	P7S_WG
MOWB_W3	rozumie intuicyjne podejmowanie decyzji	P7S_WG
UMIEJĘTNOŚCI		
MOWB_U1	potrafi dobrać odpowiednie metody, techniki i narzędzia rozwoju własnego potencjału, autoanalizy, kształtowania zachowań zwiększających wartość relacji biznesowych, procesu twórczego budowania własnego wizerunku i autorytetu	P7S_UW
MOWB_U2	potrafi kreować markę osobistą	P7S_UU
MOWB_U3	umie prezentować się publicznie i kształtować swój wizerunek w mediach społecznościowych	P7S_UK
MOWB_U4	potrafi zwinnie kształtować relacje biznesowe	P7S_UK, P7S_UO
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
MOWB_K1	rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia się, adaptacji do zmian i ich kreacji oraz pogłębiania wiedzy	P7S_KO P7S_KR
MOWB_K2	jest gotów do zwinnego kształtowania relacji biznesowych	
MOWB_K3	jest gotów do krytycznej oceny swoich postaw, zachowań i wizerunku	P7S_KK

4. Program studiów

Lp.	Przedmiot / moduł	Przedmiot/moduł w języku angielskim	Liczba godzin łącznie	Liczba godzin teoretycznych	Liczba godzin praktycznych	Punkt y ECTS
P1	<i>Personal agility</i> w budowaniu marki osobistej	Personal agility in personal branding	4	3	1	1
P2	Warsztaty – Diagnoza osobistego potencjału menedżera metodą PRISM BRAIN MAPPING.	Workshop – Diagnostic of manager's personal potential based on PRISM BRAIN MAPPING	8	0	8	2
P3	Efektywność osobista i team coaching w budowaniu marki osobistej	Personal effectiveness and team coaching in building a personal brand	4	2	2	1
P4	Marka osobista vs 5 dysfunkcji pracy zespołowej	Personal brand vs 5 teamwork dysfunctions	4	2	2	1
P5	Autocoaching kariery osobistej	Personal career autocoaching	12	4	8	2
P6	Fundamenty i składniki marki osobistej	Foundations and components of a personal brand	8	4	4	1
P7	Warsztaty – Budowanie marki osobistej	Building the personal brand – workshop	12	2	10	2
P8	Kreowanie marki osobistej w mediach	Creating the personal brand	4	0	4	1

SENAT

	społecznościowych	in social media				
P9	Warsztaty Action Learning	Workshop Action Learning	8	1	7	2
P10	Źródła finansowania rozwoju osobistego	Sources of financing for personal development	8	4	4	1
P11	Autoprezentacja marki osobistej w biznesie	Autopresentation personal brand in business	8	2	6	2
P12	Rezonowanie marki osobistej w relacjach biznesowych	Personal brand resonation in business relationships	12	4	8	2
P13	Typy osobowości vs marka osobista	Personality types vs personal brand	4	2	2	1
P14	Marka osobista vs budowanie siły i odporności psychicznej	Personal brand vs mental toughness	4	2	2	1
P15	<i>Personal agility</i> vs preferowany styl kierowania zespołem	Personal agility vs preferred style of team management	6	2	4	1
P16	Twórcze myślenie w kreowaniu marki osobistej	Creative thinking in personal brand	8	1	7	2
P17	Zarządzanie marką osobistą w czasie	Personal brand management over time	8	2	6	2
P18	Marka osobista w organizacyjnej zwinności	Personal brand in organizational agility	4	2	2	1
P19	<i>Personal agility</i> w zarządzaniu projektami	Personal agility in project management	8	2	6	1
P20	Warsztaty Rozwoju Marki Osobistej	Workshop of Personal Brand Development	16	0	16	3
Suma:			150	41	109	30

W programie studiów dokonano zmian w zakresie powyżej 30% ogólnej liczby efektów uczenia się: TAK/NIE

5. Metody i narzędzia dydaktyczne

M1- wykłady z wykorzystaniem technik audiowizualnych
M2- studia przypadków
M3- ćwiczenia sytuacyjne
M4- dyskusja moderowana
M5- projekt

6. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

O1- ćwiczenia wykonywane indywidualnie
O2- praca zespołowa
O3- case study
O4- projekt
O5- egzamin

7. Kwalifikacja cząstkowa PRK

Poziom 7