



Przedmiot: Prezentacje i wystąpienia publiczne w biznesie				
Forma zajęć: wykład	Semestr: 2	Rok: 1	Wymiar godzin: 18	Punkty ECTS: 3
Forma zaliczenia: zaliczenie na ocenę	Typ przedmiotu: do wyboru		Język nauczania: polski	
Kierunek: Zarządzanie		Tryb: niestacjonarne		Rodzaj: magisterskie
Specjalność: Public Relations				
Katedra: Instytut Maketingu (Katedra Badań marketingowych)				
Stopień naukowy wykładowcy:		Imię i nazwisko wykładowcy: pracownik Katedry		

Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):

brak

Program przedmiotu:

- Komunikowanie interpersonalne - operowanie głosem, mowa ciała, styl ubierania, przewycięzanie tremy i panowanie nad emocjami
- Planowanie i zasady prowadzenia prezentacji/wystąpień publicznych
- Podtrzymywanie kontaktu z grupą i sposoby urozmaicenia wystąpień
- Przygotowanie i prowadzenie prezentacji (analiza audytorium, schemat prezentacji, wykorzystanie pomocy wizualnych, zastosowanie psychologicznych reguł percepcji)
- Język i styl wypowiedzi - czyli o sztuce przemawiania, angażowania i przekonywania (przemówienia, dobór argumentów i metody perswazji, techniki i środki oratorskie)
- Budowanie wizerunku w mediach
- Sztuka prezentacji i wystąpień a psychologia społeczna
- Prezentacja siebie i firmy

Metody dydaktyczne:

Wykład konwersatoryjny (przeplatanie fragmentów mówionych wykładu z dyskusją, wypowiedziami studentów lub z wykonaniem przez nich odpowiednich zadań). Przedstawiana na wykładzie wiedza jest poparta licznymi przykładami z praktyki i studiami przypadków. Wykłady z wykorzystaniem techniki audiowizualnej (slajdy -projektor multimedialny) .

Cele przedmiotu:

Celem kursu jest zapoznanie studentów z zasadami i sposobami prowadzenia prezentacji wystąpień publicznych. Zdobyta wiedzę i umiejętności będą mogli wykorzystać, już jako menadżerowie, w codziennej pracy zawodowej, która wymaga prowadzenia prezentacji oraz wystąpień podczas różnego typu spotkań, zebrań, zgromadzeń.

Warunki zaliczenia:

1. Uczestnictwo i aktywny udział w zajęciach
2. Realizacja zadań cząstkowych
3. Przygotowanie wystąpienia/prezentacji według instrukcji przekazanych studentom w trakcie wykładu

Literatura podstawowa (do 4 pozycji):

1. Andrzejewski P.(red.)Wystąpienia publiczne i profesjonalna korespondencja czyli trudna sztuka budowania wizerunku. Wyd.Forum, Poznań 2005
2. Campbell G. M.: Jak przygotować profesjonalną prezentację, Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa 2007
3. Murdoch A. Prezentacje i wystąpienia publiczne w public relations, Poltext Warszawa 2004
4. Rzędowska A., Rzędowski J.: Wystąpienia publiczne w biznesie, Helion, Gliwice 2007

Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):

1. Batko A.: Sztuka perswazji czyli język wpływu i manipulacji, Helion, Gliwice 2004
2. Detz J.: Sztuka przemawiania. GWP, Gdańsk 2004
3. Drzycimski A.: Komunikatorzy. Branta, Warszawa –Bydgoszcz 2000
4. Morreale S. P., Spitzberg B. H., Barge J. K.: Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności, Wydawnictwo: PWN, Warszawa 2007