

1. Tytuł kursu : Prezentacje i wystąpienia publiczne w biznesie

2. Semestr 8

3. Autor kursu: dr Magdalena Daszkiewicz,

4. Opis kursu:

Celem wykładu jest zapoznanie studentów z zasadami i sposobami prowadzenia prezentacji wystąpień publicznych. Zdobytą 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.

5. Tematyka poszczególnych zajęć

I. Planowanie i zasady prowadzenia prezentacji/wystąpień publicznych

1. Struktura i scenariusz wystąpienia
2. Prowadzący (cechy, zachowanie, postawa)
3. Wystąpienia ad hoc
4. Podstawowe wskazówki dotyczące kontaktu ze słuchaczami

II. Komunikowanie interpersonalne

1. Szkolenie umiejętności operowania głosem (emisja głosu, doskonalenie dykcji, świadomość i regulacja tempa mówienia itp.)
2. Mowa ciała (wygląd, postawa, gestykulacja, wykorzystanie ruchu)
3. Styl ubierania
4. Przewycięzanie tremy i panowanie nad emocjami
5. Podtrzymywanie kontaktu z grupą.
6. Sposoby urozmaicania wystąpień
7. Trening związany z prowadzeniem spotkań i zgromadzeń

III. Przygotowanie i prowadzenie prezentacji

1. Analiza audytorium
2. Schemat prezentacji
3. Wykorzystanie pomocy wizualnych
4. Zastosowanie psychologicznych reguł percepcji

5. Zastosowanie prezentacji w praktyce

IV. Język i styl wypowiedzi - czyli o sztuce przemawiania, angażowania i przekonywania

1. Przemówienia

- Struktura przemówień
- Rodzaje przemówień i zasady ich „budowania”

2. Dobór argumentów i metody perswazji,

3. Techniki i środki oratorskie

V. Budowanie wizerunku w mediach

1. Znaczenie wystąpień publicznych w radiu i telewizji dla firm

2. Zachowanie przed kamerą i mikrofonem

3. Wywiady telewizyjne

4. Konferencje prasowe

5. Wywiady i wystąpienia radiowe

6. Inne formy prezentacji i wystąpień w mediach

7. Sztuka przygotowania materiałów dla mediów

VI. Prezentacja firmy

1. Sposoby publicznej prezentacji firmy

2. Przygotowanie firmowych zestawów medialnych (biogramy, tematyczne zestawy medialne, książki faktów itd.)

3. Zasady i struktura firmowej prezentacji wizualnej

4. Internet jako ważny instrument prezentacji firmy

5. Prezentacja firmy na targach

6. „Drzwi otwarte”- szansa na lepsze poznanie firmy przez otoczenie

7. Umiejętności prowadzenia profesjonalnej korespondencji

VII. Sztuka prezentacji i wystąpień a psychologia społeczna

1. Zasady i techniki wpływu społecznego

2. Spostrzeganie siebie a umiejętność wystąpień publicznych

3. Komunikaty perswazyjne i zmiana postaw

4. Psychologiczne teorie spostrzegania ludzi

5. Atrybuty osób a skuteczność przekonywania

6. Literatura

Literatura podstawowa:

1. Andrzejewski P.(red.)Wystąpienia publiczne i profesjonalna korespondencja czyli trudna sztuka budowania wizerunku. Wydawnictwo Forum, Poznań 2005
2. Bednarek H.: Sztuka budowania wizerunku w mediach. WNWSK, Łódź 2005
3. Campbell G. M.: Jak przygotować profesjonalną prezentację, Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa 2007
4. Murdoch A. Prezentacje i wystąpienia publiczne w public relations, Poltext Warszawa t2004
5. Wiszniewski Andrzej, Jak przekonująco mówić i przemawiać, PWN, Warszawa – Wrocław 1994.

Literatura uzupełniająca:

1. Cianciara J., Uściska B.: Komunikacja społeczna. Komunikowanie się z mediami praktyce. Astrum. Wrocław 1998
2. Akert R. M., Aronson E. , Wilson T. D.: Psychologia społeczna. Zysk i S-ka Poznań 2007
3. Detz J.: Sztuka przemawiania. GWP, Gdańsk 2004
4. Drzycimski A.: Komunikatorzy. Branta, Warszawa –Bydgoszcz 2000
5. Thiel E.: Mowa ciała zdradzi więcej niż tysiąc słów. Astrum, Warszawa 2001

7. Wymagania wstępne: brak

8. Efekty kształcenia – umiejętności i kompetencje

Program wykładu obejmuje zagadnienia pozwalające uczestnikom zdobycie wiedzy i umiejętności pozwalającej na :

- Zaplanowanie i dynamiczne prowadzenie wystąpienia/prezentacji,
- Kierowanie uwagą, budowanie zaangażowania i podtrzymywanie kontaktu ze słuchaczami

- Umiejętne zastosowanie komunikacji werbalnej i niewerbalnej (swobodne operowanie głosem, technikami oratorskimi i środkami perswazji, wykorzystanie tzw. mowy ciała)
- Skuteczne zaprezentowanie siebie i swojej firmy szerszemu otoczeniu
- Wykorzystanie wiedzy zakresu psychologii społecznej w prowadzeniu prezentacji/wystąpień publicznych

9. **Forma kursu:** wykład

10. **Liczba godzin w semestrze** : 15 godz.

11. **Liczba miejsc:** 30

12. **Forma zaliczenia:** zaliczenie na ocenę