

Rok akademicki: 2019/2020

ID zajęć: 509593

ETAP: Semestr letni

Informacje ogólne:

Prowadzący: dr Paweł Fortuna

Organizator: Wydział Nauk Społecznych
Instytut Psychologii

Liczba godzin tygodni / semestr: 2 / 30

Jezyk wykładowy: Język polski

Kierunek studiów:

Lokalizacja w planach rocznych: Rok - Semestr

Punkty ECTS:

Forma zaliczenia: Nie sklasyfikowany

Cele przedmiotu:

- C1 - Studenci rozumieją znaczenie kreowania wizerunku dla codziennego życia prywatnego oraz kariery zawodowej
- C2 - Studenci znają różne formy zarządzania wrażeniami
- C3 - Studenci potrafią publicznie zarządzać wizerunkiem w wybranych sytuacjach
- C4 - Studenci rozumieją wagę autentyczności w relacjach międzyludzkich

Wymagania wstępne:

Podstawowa wiedza z zakresu psychologii społecznej

Efekty kształcenia dla przedmiotu:

WIEDZA

K_W01 ma uporządkowaną i pogłębioną wiedzę na temat przedmiotu, metodologii i celów psychologii oraz jej subdyscyplin; zna i rozumie terminologię używaną na gruncie psychologii i jej subdyscyplin; posiada pogłębioną wiedzę o historii psychologii oraz jej współczesnych głównych nurtach i koncepcjach

K_W08 ma wiedzę na temat procesów poznawczych, emocjonalnych i motywacyjnych; zna terminologię, różnorodne uwarunkowania tych procesów oraz współczesne osiągnięcia badań w tym zakresie

UMIĘJĘTNOŚCI

K_U04 potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje profesjonalne umiejętności, korzystając z różnych źródeł informacji (w języku rodzimym i obcym) i nowoczesnych technologii (ICT) oraz szanując zasady własności intelektualnej

KOMPETENCJE SPOŁECZNE (POSTAWY)

K_K04 ma świadomość znaczenia sfery psychicznej człowieka dla jakości jego funkcjonowania we wszystkich obszarach życia; posiada przekonanie o potrzebie wspierania jednostek i grup w aspekcie ich kompetencji psychospołecznych. Dostrzega potrzebę odpowiedzialnego popularyzowania wiedzy z zakresu psychologii

Metody dydaktyczne:

- Prezentacja
- Case study
- Debata
- Ćwiczenia teatru improwizowanego

Kryteria oceny i sposoby weryfikacji zakładanych efektów kształcenia:

Średnia: ocena z kolokwium i aktywność w czasie zajęć.

Treści programowe przedmiotu:

1. Koncepcje autoprezentacji
2. Strategie empiryczne stosowane w badaniach nad autoprezentacją
3. Wizerunek człowieka uspołecznionego, sprawnego, niezależnego i nieudacznego
4. Autoprezentacyjna skromność.
5. Podnoszenie własnej atrakcyjności.
6. Autoprezentacja w czasie interakcji
7. Czynniki modyfikujące aktywność autoprezentacyjną: samoocena, samoświadomość, lęk społeczny, motywacja osiągnięć (nadzieja na sukces, lęk przed porażką).

Literatura:

Szmajke, A. (1999). Autoprezentacja: Maski, pozy, miny. Olsztyn: Ursa Consulting