



## Sylabus przedmiotu: Budowanie wizerunku i networking

<b>1. METRYCZKA</b>	
<b>Rok akademicki</b>	2022/2023
<b>Wydział</b>	Nauk o Zdrowiu
<b>Kierunek studiów</b>	Zdrowie Publiczne
<b>Dyscyplina wiodąca</b> <i>(zgodnie z załącznikiem do Rozporządzenia Ministra NiSW z 26 lipca 2019)</i>	Nauki o zdrowiu
<b>Profil studiów</b> <i>(ogólnoakademicki/praktyczny)</i>	ogólnoakademicki
<b>Poziom kształcenia</b> <i>(I stopnia/II stopnia/ jednolite magisterskie)</i>	I stopnia
<b>Forma studiów</b> <i>(stacjonarne/niestacjonarne)</i>	stacjonarna
<b>Typ modułu/przedmiotu</b> <i>(obowiązkowy/fakultatywny)</i>	obowiązkowy
<b>Forma weryfikacji efektów uczenia się</b> <i>(egzamin/zaliczenie)</i>	zaliczenie
<b>Jednostka/jednostki prowadząca/e</b> <i>(oraz adres/y jednostki/jednostek)</i>	Zakład Zdrowia Publicznego Wydział Nauk o Zdrowiu Ul. Jana Nielubowicza 5 02-097 Warszawa Tel.: 22 599 21 80 e-mail: <a href="mailto:zpz@wum.edu.pl">zpz@wum.edu.pl</a> <a href="http://www.zpz.wum.edu.pl">www.zpz.wum.edu.pl</a>

<b>Kierownik jednostki/kierownicy jednostek</b>	Prof. dr hab. Mariusz Gujski
<b>Koordynator przedmiotu</b> (tytuł, imię, nazwisko, kontakt)	dr Aleksandra Kielan aleksandra.kielan@wum.edu.pl
<b>Osoba odpowiedzialna za sylabus</b> (imię, nazwisko oraz kontakt do osoby, której należy zgłaszać uwagi dotyczące sylabusu)	dr Aleksandra Kielan aleksandra.kielan@wum.edu.pl
<b>Prowadzący zajęcia</b>	dr Aleksandra Kielan

## 2. INFORMACJE PODSTAWOWE

<b>Rok i semestr studiów</b>	Rok III Semestr I	<b>Liczba punktów ECTS</b>	1
<b>FORMA PROWADZENIA ZAJĘĆ</b>		<b>Liczba godzin</b>	<b>Kalkulacja punktów ECTS</b>
<b>Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim</b>			
wykład (W)		-	
seminarium (S)		14	0,6
ćwiczenia (C)		-	-
e-learning (e-L)		-	-
zajęcia praktyczne (ZP)		-	-
praktyka zawodowa (PZ)		-	-
<b>Samodzielna praca studenta</b>			
Przygotowanie do zajęć i zaliczeń		6	0,4

## 3. CELE KSZTAŁCENIA

C1	Poznanie celu działań w zakresie personal branding.
C2	Poznanie zasad wykorzystania wiedzy z zakresu personal branding w swojej ścieżce zawodowej.
C3	Poznanie platformy LinkedIn.
C4	Umiejętność tworzenia profesjonalnych treści na platformie LinkedIn.
C5	Znajomość kluczowych elementów CV.

C6	Poznanie zasad prowadzenia rozmowy rekrutacyjnej.
C7	Zapoznanie z programem graficznym CANVA.
C8	Poznanie platformy społecznościowej Twitter.
C9.	Zapoznanie się z przykładowymi ścieżkami kariery zawodowej po zdrowiu publicznym.

#### 4. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Numer efektu uczenia się	Efekty w zakresie
--------------------------	-------------------

##### Wiedzy – Absolwent zna i rozumie:

W1 EK_ZP1_W19	Zasady współpracy z władzami lokalnymi i samorządowymi oraz innymi podmiotami zajmującymi się profilaktyką społeczną
------------------	--

##### Umiejętności – Absolwent potrafi:

U1 EK_ZP1_U01	Stosować poznane metody i techniki do rozwiązywania określonych problemów związanych z porozumiewaniem się
U2 EK_ZP1_U02	Stosować umiejętność zastosowania nabytej wiedzy na płaszczyźnie interpersonalnej podczas pracy w grupie
U3 EK_ZP1_U03	Doskonalić swoją skuteczność w kontaktach z innymi
U4 EK_ZP1_U13	Współpracować z mediami, lokalną społecznością i organizacjami pozarządowymi we wdrażaniu działań prozdrowotnych
U5 EK_ZP1_U15	Formułować sądy na temat spraw społecznych

##### Kompetencji społecznych – Absolwent jest gotów do:

K1 EK_ZP1_K01	Zna poziom własnych kompetencji oraz swoje ograniczenia w wykonywaniu zadań zawodowych
K2 EK_ZP1_K11	Efektywnego prezentowania własnych pomysłów, wątpliwości i sugestii, popierając je argumentacją, kierując się przy tym zasadami etycznymi

#### 5. Zajęcia

Forma zajęć	Treści programowe	Efekty uczenia się
S1 - Seminarium	<b>Personal branding.</b> T1. Autoprezentacja: idea, elementy T2. Kluczowe elementy marki osobistej T3. Archetypy marek osobistych	U1, U3
S2 - Seminarium	<b>Portal LinkedIn.</b> T4. Specyfika portalu T5. Budowanie profilu osobistego T6. Rodzaje postów na portalu LinkedIn	W1, U1 – U5, K1-K2
S3 - Seminarium	<b>CV, CANVA.</b> T7. Przygotowanie do podjęcia pracy T8. Główne elementy CV	U2, K1

	T9. Podstawy programu graficznego CANVA T10. Przygotowanie profesjonalnego CV w programie graficznym	
S4 - Seminarium	<b>Rozmowa rekrutacyjna.</b> T11. List motywacyjny T12. Rozmowa o pracę – pytania rekrutacyjne	U2, U3, K1-K2
S5 - Seminarium	<b>Platforma społecznościowa Twitter.</b> T13. Media społecznościowe T14. Specyfika platformy Twitter T15. Tworzenie własnego konta na platformie Twitter, audyt kont KOLs i MPs	W1, U1-U5, K2
S6 - Seminarium	<b>Public relations, public affairs.</b> T16. Wprowadzenie do public relations T17. Działania public affairs w obszarze zdrowia publicznego	W1, U1, U4, U5
S7 - Seminarium	<b>Historia z życia wzięte.</b> T18. Dyskusja z absolwentami kierunku zdrowie publiczne	U2, U3, U5, K1-K2

## 6. LITERATURA

### Obowiązkowa

- Budzyński W. (2021) Public relations. Wydawnictwo Poltext, Warszawa
- Chimkowska A. (2022) Autentyczny personal branding, czyli silna marka osobista w praktyce. Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa.
- Stawarz – Garcia B. (2017) Content marketing i social media. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

### Uzupełniająca

- Trzeciak S. (2018). Personal branding for leaders. ICAN Institute.
- Miotk A. (2017) Skuteczne social media. Prowadź działania. Osiągaj zamierzone efekty. Wydanie 2 rozszerzone. Ebook.

## 7. SPOSOBY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Symbol przedmiotowego efektu uczenia się	Sposoby weryfikacji efektu uczenia się	Kryterium zaliczenia
W1, U1-U5, K1-K2	Zaliczenie (pisemne)	< 60% pkt

## 8. INFORMACJE DODATKOWE *(informacje istotne z punktu widzenia nauczyciele niezawarte w pozostałej części sylabusu, np. czy przedmiot jest powiązany z badaniami naukowymi, szczegółowy opis egzaminu, informacje o kole naukowym)*

Weryfikacja przygotowania studenta do zajęć: np. quiz, dyskusja, rundka (metody i techniki aktywizujące)

2,0 (ndst)	Poniżej 60% pkt
3,0 (dost.)	60–68% pkt
3,5 (ddb)	69–74% pkt
4,0 (db)	75–83% pkt
4,5 (pdb)	84–89% pkt
5,0 (bdb)	90–100% pkt