



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Projekt współfinansowany przez
Unię Europejską w ramach
Europejskiego Funduszu
Społecznego

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Nazwa przedmiotu		Kod ECTS	
Kreowanie wizerunku		8.0.10044	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot			
Zakład Pragmatyki Komunikacji i Dydaktyki Języka Rosyjskiego			
Studia			
wydział	kierunek	poziom	drugiego stopnia
Wydział Filologiczny	Filologia rosyjska	forma	stacjonarne
		moduł	język-kultura-media
		specjalnościowy	
		specjalizacja	wszystkie
Nazwisko osoby prowadzącej (osób prowadzących)			
prof. UG, dr hab. Żanna Śładkiewicz; dr Marcin Trendowicz; dr Marta Noińska			
Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin		Liczba punktów ECTS	
Formy zajęć		2	
Ćw. warsztatowe			
Sposób realizacji zajęć			
zajęcia w sali dydaktycznej			
Liczba godzin			
Ćw. warsztatowe: 10 godz.			
Termin realizacji przedmiotu			
2022/2023 zimowy			
Status przedmiotu		Język wykładowy	
fakultatywny (do wyboru)		rosyjski	
Metody dydaktyczne		Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne	
<ul style="list-style-type: none"> •analiza zagadnień i analiza tekstów z dyskusją •analiza przypadków •prezentacja multimedialna z dyskusją •metoda aktywizująca – dyskusja dydaktyczna •dyskusja problemowa, „burza mózgów” •metoda projektowa 		Sposób zaliczenia	
		Zaliczenie na ocenę	
		Formy zaliczenia	
		- ustalenie oceny zaliczeniowej na podstawie ocen czastkowych otrzymywanych w trakcie trwania semestru.	
		Podstawowe kryteria oceny	
		Student otrzymuje zaliczenie na podstawie: obecności na zajęciach i czynnego udziału w ćwiczeniach, systematycznego i samodzielnego przygotowywania w formie ustnej i/lub pisemnej zagadnień wskazanych przez prowadzącego. Ocena końcowa przedmiotu: 30% aktywny udział w zajęciach; 70% średnia ocen z projektów.	
Sposób weryfikacji założonych efektów kształcenia			

zakładany efekt kształcenia	• analiza zagadnień i analiza tekstów z dyskusją	• analiza przypadków	• prezentacja multimedialna z dyskusją	• metoda aktywizująca – dyskusja dydaktyczna	• dyskusja problemowa, „burza mózgów”	• metoda projektowa
Wiedza						
K_W01	x	x	x	x	x	x
K_W07	x	x	x	x	x	x
K_W08	x	x	x	x	x	x
K_W11	x	x	x	x	x	x
K_W13	x	x	x	x	x	x
Umiejętności						
K_U01	x	x	x	x	x	x
K_U07	x	x	x	x	x	x
K_U08	x	x	x	x	x	x
K_U15	x	x	x	x	x	x
Kompetencje						
K_K01	x	x	x	x	x	x
K_K02	x	x	x	x	x	x
K_K05	x	x	x	x	x	x

Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi

A. Wymagania formalne

Wybór specjalności: Język-Kultura-Media

B. Wymagania wstępne

Znajomość języka rosyjskiego na poziomie min. B2; podstawowa wiedza filologiczna z zakresu komunikacji medialnej.

Cele kształcenia

Zapoznanie studentów z wiedzą na temat mechanizmów kreowania wizerunku oraz kształcenie podstawowych umiejętności analizy i tworzenia wizerunku miasta, firmy, marki oraz postaci.

Treści programowe

Historia i współczesność imagologii, image a osobowość językowa, składowe wizerunku, model opisu wizerunku osoby publicznej, analiza wizualnych i werbalnych technik kreowania wizerunku.
 Tożsamość a wizerunek (miasta/ firmy / marki).
 Pożądaný wizerunek jako cel strategii tożsamości miasta/ firmy / marki.
 Działania marketingowe i PR w kształtowaniu wizerunku miasta / firmy / marki.
 Bariery w kształtowaniu wizerunku, zmiany wizerunku.
 Autoprezentacja – jej źródła i funkcje, strategie i taktyki autoprezentacyjne.
 Wizerunek polityczny – tworzenie i zarządzanie wizerunkiem; wizerunek przywódcy, pierwsze wrażenie; niewerbalne elementy interakcji; podstawy mowy ciała. Kreowanie negatywnego wizerunku (tzw. czarny PR).
 Studium przypadku: wizerunek wybranej osoby publicznej w mediach, literaturze.
 Przemówienia (blogi) jako przykład tworzenia własnego wizerunku.
 Aspekty praktyczne imagologii, zastosowanie wiedzy teoretycznej w tworzeniu wizerunku (projekt).

Wykaz literatury

A. Literatura wymagana do ostatecznego zaliczenia zajęć (zdania egzaminu):
 A.1. wykorzystywana podczas zajęć
 Bednarek H., Sztuka budowania wizerunku, Łódź 2005
 Białopiotrowicz G., Kreowanie wizerunku w biznesie i polityce, Wyd. Poltext, Warszawa 2009.
 Degen U., Sztuka nawiązywania pierwszego kontaktu, GWP, Gdańsk 2004.
 Kaye E., Jak się wypromować w każdej sytuacji?, Warszawa 2007
 Królik G., Autoprezentacja, Wyd. Akademii Ekonomicznej, Katowice 2004.
 Leary M., Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji, Gdańsk 1999.
 Łebkowski M., E-wizerunek. Internet jako narzędzie kreowania image'u w biznesie, Gliwice 2009.
 Почепцов Г.Г. Имиджология. Москва 2000.
 Савченко Л.В. Имиджология. https://www.studmed.ru/view/savchenko-lv-imidzhelogiya_576297e9cf5.html

Шепель В.М. Имидж. Как нравиться людям. Москва 2002.

A.2. studiowana samodzielnie przez studenta

Речевой имидж: учебно-методич. пособие / сост. Е.В. Осетрова, Красноярск 2012,

http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1394719799_2812.pdf

Gross K., Stone J., Kobieta sukcesu, jak dobrać garderobę by zdobyć i utrzymać posadę, Muza, Warszawa 2005

Gross K., Stone J., Mężczyzna sukcesu, jak dobrać garderobę by zdobyć i utrzymać posadę, Muza, Warszawa 2005.

B. Literatura uzupełniająca

Badźmirowska- Masłowska K., Wizerunek – czyli kogo i jak pokazywać w telewizji, TVP, Warszawa 2008.

Budzyński W., Zarządzanie wizerunkiem firmy, Warszawa 2002

Cenker E., Public relations, Poznań 2002

Cialdini R.B., Wywieranie wpływu na ludzi, GWP, Gdańsk 2002

Huber K., Image, czyli jak być gwiazdą na rynku, Bussines Press, Warszawa 1994

Levine M., Partyzanckie PR w Internecie, Placet, Warszawa 2003

Mosty zamiast murów. Podręcznik komunikacji interpersonalnej, pod red. J. Stewarda, Warszawa 2002

Możliwości i ograniczenia w kreowaniu własnej atrakcyjności interpersonalnej, pod red. Elżbiety Stojanowskiej, Warszawa 2002

Stanowicka-Traczyk, Kształtowanie wizerunku miasta na przykładzie miast polskich, Bydgoszcz 2008.

Волкова В.В. Имиджелогия, Ставрополь 2005.

Гуревич П.С. Приключения имиджа: технология создания телевизионного образа и парадоксы его восприятия. Москва 1991.

Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков, Москва 1994.

Нефедова И., Власова Е., Я и мой имидж, Москва 1997.

Панасюк, А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создавать свой имидж. Москва 2000.

Перельгина, Е.Б. Психология имиджа: учебное пособие. Москва 2002.

Kierunkowe efekty kształcenia

Wiedza

- K_W01 - Ma pogłębioną wiedzę o specyfice przedmiotowej i metodologicznej filologii.
- K_W07 - Ma uporządkowaną, pogłębioną szczegółową wiedzę w zakresie wybranej specjalności właściwej dla kierunku filologia rosyjska.
- K_W08 - Ma pogłębioną wiedzę o powiązaniach filologii z innymi naukami humanistycznymi oraz społecznymi, pozwalającą na integrowanie perspektyw właściwych dla kilku dyscyplin naukowych.
- K_W11 - Zna i rozumie zaawansowane metody badawcze oraz narzędzia warsztatu filologa.
- K_W13 - Ma pogłębioną wiedzę o kompleksowej naturze języka rosyjskiego, o historycznej zmienności jego znaczeń, a także wiedzę na temat odmian współczesnej komunikacji Rosjan.

Umiejętności

- K_U01 - Potrafi samodzielnie wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i integrować wiedzę z wykorzystaniem różnych źródeł zgodnie ze wskazówkami opiekuna naukowego oraz formułować na tej podstawie krytyczne sądy.
- K_U07 - Posiada umiejętność formułowania opinii krytycznych o wytworach kultury, w tym przede wszystkim kultury rosyjskiej na podstawie wiedzy naukowej i doświadczenia oraz umiejętność prezentacji opracowań krytycznych w różnych formach.
- K_U08 - Definiuje, objaśnia i stosuje poprawnie w mowie i piśmie pogłębione zagadnienia właściwe dla językoznawstwa, literaturoznawstwa i nauk pokrewnych w pracy nad wybranymi tematami w języku polskim i rosyjskim.
- K_U15 - Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne funkcje.

Kompetencje społeczne (postawy)

- K_K01 - Ma świadomość zakresu swojej wiedzy filologicznej oraz powiązania jej z wiedzą z zakresu dyscyplin pokrewnych.
- K_K02 - Ma świadomość swoich umiejętności fachowych i rozumie potrzebę ciągłego dążenia do rozwoju własnych kompetencji w zakresie ogólnohumanistycznym, jak też kompetencji personalnych i społecznych.
- K_K05 - Wykazuje gotowość do działania na rzecz integracji kultur, realizuje w tym zakresie projekty samodzielne lub grupowe, nawiązuje kontakty z instytucjami kultury.

Kontakt

zanna.sladkiewicz@ug.edu.pl