



---

**SENAT**

**UCHWAŁA NR R.0000.174.2020**

**SENATU UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO  
WE WROCŁAWIU**  
z dnia 24 września 2020 r.

*w sprawie*

**ustalenia programów studiów podyplomowych *Marka osobista w biznesie***

Działając na podstawie § 30 pkt 12 Statutu Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Senat ustala:

**§ 1**

Program studiów podyplomowych *Marka osobista w biznesie*.

**§ 2**

Program studiów podyplomowych *Marka osobista w biznesie*, stanowi załącznik nr 1 do niniejszej uchwały.

**§ 3**

Uchwała wchodzi w życie z dniem jej podjęcia.

Rektor

prof. dr hab. Andrzej Kaleta

**SENAT**

*Załącznik nr 1 do uchwały nr R.0000.174.2020 z 24 września 2020 r.*

Nazwa studiów podyplomowych (kierunku):  
MARKA OSOBISTA W BIZNESIE

Liczba godzin 156  
(min. 140)

Liczba punktów ECTS 30  
(min. 30)

Imię i nazwisko kierownika studiów:  
Ester Piwoni-Krzeszowska

e-mail:  
estera.piwoni-krzeszowska@ue.wroc.pl

Telefon:  
606 420 180

Pok./bud.  
809 Z

### 1. Sylwetka absolwenta i cele studiów

Cele studiów:

1. wyposażenie każdego uczestnika w wiedzę w zakresie kreowania marki osobistej w biznesie, która jest jednym z czynników warunkujących sukces zawodowy w warunkach wymagających zwinności w kształtowaniu relacji biznesowych,
2. rozwój umiejętności:
  - a) identyfikacji wartości i potencjału budowania spójnego wewnątrznie i zewnątrznie osobistego wizerunku,
  - b) budowania marki osobistej,
  - c) autoprezentacji i kreowania pożądanego wizerunku w mediach społecznościowych,
  - d) wykorzystania narzędzi zwinnego samorozwoju,
  - e) zwinnego kształtowania relacji biznesowych,
  - f) twórczego myślenia i uczenia się w działaniu,
  - g) intuicyjnego podejmowania decyzji,
3. budowanie postawy osoby, który jest samoświadoma swoich atutów, słabości, wartości życiowych, celów swojej kariery, która jest kreatywna i otwarta na zmiany, która jest zwinna w kształtowaniu pożądanego relacji biznesowych.

Absolwent studiów to osoba wyposażona zarówno w kompetencje tzw. miękkie, które są niezbędne do rozwoju ścieżki kariery zawodowej, realizowania własnych celów, efektywnego dostosowywania się do zmian i ich kreowania, jak również w kompetencje tzw. twarde, które są kluczowe w budowaniu marki osobistej i kształtowaniu relacji biznesowych.

### 2. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych

1. podstawowa wiedza z zakresu zarządzania relacjami biznesowymi
2. umiejętność analizy, porównań oraz zajęcia krytycznego stanowiska wobec danego problemu.
3. świadomość potrzeby ciągłego uczenia się i rozwijania zawodowego

SENAT

3. Efekty uczenia się na poziomie całego programu

Symbol	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk poziomów 6-8 drugiego stopnia typowych dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach systemu szkolnictwa wyższego / charakterystyk poziomów drugiego stopnia typowych dla kwalifikacji o charakterze zawodowym
<b>WIEDZA</b>		
MOWB_W1	rozumie i odpowiednio definiuje pojęcia związane ze zwinnością osobistą i relacyjną, marką osobistą, autocoachingiem, zna metody, techniki i narzędzia rozwoju własnego potencjału, autoanalizy, kształtowania zachowań zwiększających wartość relacji biznesowych, procesu twórczego budowania własnego wizerunku i autorytetu rozumie intuicyjne podejmowanie decyzji	P7S_WG
MOWB_W2		P7S_WG
MOWB_W3		P7S_WG
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>		
MOWB_U1	potrafi dobrać odpowiednie metody, techniki i narzędzia rozwoju własnego potencjału, autoanalizy, kształtowania zachowań zwiększających wartość relacji biznesowych, procesu twórczego budowania własnego wizerunku i autorytetu potrafi kreować markę osobistą umie prezentować się publicznie i kształtować swój wizerunek w mediach społecznościowych potrafi zwinnie kształtować relacje biznesowe	P7S_UW
MOWB_U2		P7S_UU
MOWB_U3		P7S_UK
MOWB_U4		P7S_UK, P7S_UO
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>		
MOWB_K1	rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia się, adaptacji do zmian i ich kreacji oraz pogłębiania wiedzy jest gotów do zwinnego kształtowania relacji biznesowych jest gotów do krytycznej oceny swoich postaw, zachowań i wizerunku	P7S_KO
MOWB_K2		P7S_KR
MOWB_K3		P7S_KK

4. Program studiów

Lp.	Przedmiot / moduł	Przedmiot/moduł w języku angielskim	Liczba godzin łącznie	Liczba godzin teoretycznych	Liczba godzin praktycznych	Punkt y ECTS
P1	Personal agility w budowaniu marki osobistej	Personal agility in personal branding	4	3	1	1
P2	Warsztaty – Diagnoza osobistego potencjału menedżera metodyką PRISM BRAIN MAPPING	Workshop – Diagnostic of manager's personal potential based on PRISM BRAIN MAPPING	8	0	8	2
P3	Gra coachingowa „Podróż bohatera”	Coaching game – “Hero's journey”	8	0	8	2
P4	Autocoaching kariery osobistej	Personal career autocoaching	12	4	8	2
P5	Fundamenty i składniki marki osobistej	Foundations and components of a personal brand	8	4	4	1
P6	Warsztaty – Budowanie marki osobistej	Building the personal brand – workshop	12	2	10	2
P7	Kreowanie marki osobistej w mediach społecznościowych	Creating the personal brand in social media	4	0	4	1
P8	Warsztaty Action Learning	Workshop Action Learning	8	1	7	2
P9	Źródła finansowania rozwoju osobistego	Sources of financing for personal development	8	4	4	1

## SENAT

P10	Autoprezentacja marki osobistej w biznesie	Autopresentation personal brand in business	8	2	6	1
P11	Rezonowanie marki osobistej w relacjach biznesowych	Personal brand resonance in business relationships	12	4	8	2
P12	Typy osobowości vs marka osobista	Personality types vs personal brand	4	2	2	1
P13	Marka osobista vs budowanie siły i odporności psychicznej	Personal brand vs mental toughness	4	2	2	1
P14	Intuicyjne podejmowania decyzji	Intuitive decision making	8	2	6	1
P15	<i>Personal agility</i> vs preferowany styl kierowania zespołem	Personal agility vs preferred style of team management	6	2	4	1
P16	Twórcze myślenie w kreowaniu marki osobistej	Creative thinking in personal brand	8	1	7	2
P17	Zarządzanie marką osobistą w czasie	Personal brand management over time	8	2	6	2
P18	Marka osobista w organizacyjnej zwinności	Personal brand in organizational agility	2	2	0	1
P19	<i>Personal agility</i> w zarządzaniu projektami	Personal agility in project management	8	2	6	1
P20	Warsztaty Rozwoju Marki Osobistej	Workshop of Personal Brand Development	8	1	7	2
P21	Warsztaty projektowe	Project workshop	8	1	7	1
Suma:			156	41	115	30

W programie studiów dokonano zmian w zakresie powyżej 30% ogólnej liczby efektów uczenia się: TAK/NIE

### 5. Metody i narzędzia dydaktyczne

M1- wykłady z wykorzystaniem technik audiowizualnych  
M2- studia przypadków  
M3- ćwiczenia sytuacyjne  
M4- dyskusja moderowana  
M5- projekt

### 6. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

O1- ćwiczenia wykonywane indywidualnie  
O2- praca zespołowa  
O3- case study  
O4- projekt  
O5- egzamin

### 7. Kwalifikacja częściowa PRK

Poziom 7