

Nazwa przedmiotu	Komunikacja i autoprezentacja
Kod przedmiotu	<i>do wypełnienia przez dziekanat</i>
Profil studiów	ogólnoakademicki
Stopień studiów	pierwszy
Kierunek studiów	Ekonomia
Specjalność (jeśli dotyczy)	Analityka Ekonomiczna
Forma studiów	studia niestacjonarne zaoczne
Rok studiów	II
Semestr	letni
Liczba godzin	28
Forma/typ zajęć	konwersatorium
Punkty ECTS	3
Rodzaj przedmiotu (przedmiot obowiązkowy / kierunkowy do wyboru / fakultatywny / seminarium)	obowiązkowy
Sposób realizacji przedmiotu (stacjonarny / zdalny / kurs internetowy / kurs realizowany metodą blended learning)	stajonarny
Język wykładowy	polski
Wymagania formalne	brak
Założenia wstępne	brak
Skrócony opis przedmiotu	Celem zajęć jest rozwój umiejętności komunikacji i prezentacji (w tym autoprezentacji) w różnych sytuacjach i kontekstach zawodowych. Program zajęć obejmuje następujące zagadnienia: Budowanie struktury i treści prezentacji adekwatnej do celu, audytorium oraz kontekstu (w tym: prezentacja kandydatury do pracy, prezentacja zespołu, prezentacja projektu naukowego, prezentacja projektu biznesowego, prezentacja wyników analiz ekonomicznych); Projektowanie pomocy wizualnych adekwatnych do celu, struktury i zawartości prezentacji; Aktywne słuchanie; Skuteczna komunikacja werbalna, parawerbalna i niewerbalna; Udzielanie informacji zwrotnej.
Treści kształcenia dla przedmiotu	Przedmiot ma charakter warsztatowy i koncentruje się na rozwijaniu praktycznych umiejętności komunikacji i prezentacji — kluczowych dla efektywnego funkcjonowania ekonomisty w środowisku akademickim, biznesowym i instytucjonalnym. Zajęcia prowadzone są w formule interaktywnej, z wykorzystaniem ćwiczeń, symulacji oraz pracy projektowej, co pozwala uczestnikom na bezpośrednie zastosowanie zdobytej wiedzy w praktyce. W toku kursu studenci uczą się planować, konstruować i przedstawiać wystąpienia publiczne o różnym charakterze – od prezentacji wyników analiz ekonomicznych po prezentacje projektów naukowych i biznesowych. Szczególny nacisk położony jest na kształcenie umiejętności jasnego formułowania myśli, budowania logicznej argumentacji, doboru adekwatnych form wizualnych oraz skutecznego komunikowania się w zróżnicowanych zespołach.

	Zajęcia te stanowią istotne uzupełnienie kompetencji merytorycznych studentów kierunku ekonomia – rozwijają ich zdolność prezentowania i obrony własnych wniosków analitycznych, wspierają rozwój umiejętności autoprezentacyjnych i zespołowych oraz przygotowują do udziału w życiu zawodowym, w którym kluczową rolę odgrywają komunikacja, wystąpienia publiczne i współpraca z innymi specjalistami. 1. Budowanie struktury i treści prezentacji adekwatnej do celu, audytorium oraz kontekstu. Studenci poznają zasady konstruowania logicznej, przejrzystej i przekonującej narracji w prezentacjach. Omawiane są różne typy wystąpień – od krótkich autoprezentacji po rozbudowane prezentacje projektów badawczych i biznesowych. Uczestnicy ćwiczą dostosowywanie treści i języka do oczekiwań odbiorców oraz specyfiki kontekstu (np. naukowego, korporacyjnego, publicznego). Zajęcia obejmują analizę przykładów oraz pracę w grupach nad strukturą i flow wystąpienia. 2. Prezentacja kandydatury do pracy, zespołu, projektu naukowego, projektu biznesowego i wyników analiz ekonomicznych. Ten blok koncentruje się na praktycznym zastosowaniu zasad wystąpień publicznych w realnych sytuacjach zawodowych. Studenci przygotowują i prezentują krótkie wystąpienia odpowiadające różnym celom komunikacyjnym, np. autoprezentacja rekrutacyjna, prezentacja zespołu projektowego, przedstawienie wyników badań lub analiz. Ćwiczenia obejmują dopasowanie tonu, stylu i formy przekazu do odbiorcy oraz wykorzystanie technik budowania wiarygodności i zainteresowania. 3. Projektowanie pomocy wizualnych adekwatnych do celu, struktury i zawartości prezentacji. Uczestnicy uczą się projektowania prostych, czytelnych i estetycznych slajdów, infografik i wykresów wspierających przekaz. Omawiane są zasady doboru form graficznych do treści (tekst, dane liczbowe, obraz, schemat), zasady kompozycji i czytelności wizualnej. Studenci opracowują zestawy slajdów do swoich prezentacji oraz poddają je wspólnej ocenie w grupie. 4. Aktywne słuchanie. W tej części zajęć studenci rozwijają umiejętność aktywnego słuchania w relacjach zawodowych – uczą się parafrazowania, zadawania pytań doprecyzowujących, okazywania zrozumienia i reagowania na sygnały pozawerbalne. Analizowane są typowe bariery komunikacyjne oraz sposoby ich pokonywania. Ćwiczenia obejmują krótkie symulacje rozmów i pracy zespołowej. 5. Skuteczna komunikacja werbalna, parawerbalna i niewerbalna. Ten moduł skupia się na rozwoju samoświadomości komunikacyjnej. Studenci pracują nad głosem, dykcją, tempem mówienia i intonacją, a także nad postawą, gestykulacją i mimiką. Omawiane są różnice między komunikatami werbalnymi i niewerbalnymi oraz ich spójność w budowaniu wiarygodności mówcy. W ramach zajęć wykorzystywana jest analiza nagrań i praca z kamerą. 6. Udzielanie informacji zwrotnej. Ostatni moduł poświęcony jest roli i znaczeniu informacji zwrotnej w procesie uczenia się i współpracy. Studenci poznają modele udzielania feedbacku (m.in. FUKO, SBI), ćwiczą jego formułowanie i przyjmowanie w sposób konstruktywny. Dyskutowane są też zasady tworzenia środowiska komunikacyjnego sprzyjającego otwartości, zaufaniu i wzajemnemu rozwojowi.
Przedmiotowe efekty uczenia się	Po ukończeniu przedmiotu, student: W ZAKRESIE WIEDZY: • Zna i rozumie zasady planowania i konstruowania prezentacji dopasowanej do celu, odbiorców i kontekstu sytuacyjnego. • Zna i rozumie mechanizmy skutecznej komunikacji werbalnej, parawerbalnej i niewerbalnej w środowisku zawodowym.

	- Zna i rozumie znaczenie informacji zwrotnej i aktywnego słuchania w procesie doskonalenia komunikacji interpersonalnej i zespołowej. W ZAKRESIE UMIEJĘTNOŚCI: - Potrafi przygotować i przeprowadzić prezentację adekwatną do celu, audytorium i formatu (np. naukowego, biznesowego, rekrutacyjnego). - Potrafi wykorzystywać elementy komunikacji niewerbalnej i parawerbalnej w celu zwiększenia skuteczności i wiarygodności przekazu. - Potrafi formułować i przekazywać konstruktywną informację zwrotną oraz reagować na nią w sposób wspierający własny rozwój. W ZAKRESIE KOMPETENCJI: - Jest gotów do krytycznej refleksji nad własnym stylem komunikacji i doskonalenia swoich umiejętności prezentacyjnych. - Wykazuje się otwartością na współpracę, różnorodność stylów komunikacyjnych i przyjmowanie informacji zwrotnej. - Jest gotów do odpowiedzialnego i etycznego stosowania zasad komunikacji, z poszanowaniem odbiorców i kontekstu zawodowego.
Powiązanie efektów przedmiotowych z efektami kierunkowymi/specjalnościowym i (oznaczonymi kodami z programu nauczania)	specjalność Analityka Ekonomiczna: S_W01 S_U03 S_U07 S_K03
Nakład pracy studenta	Szacunkowy nakład pracy studenta: 3ECTS x 25h = 75h (K) - godziny kontaktowe (S) - godziny pracy samodzielnej zajęcia: 28h (K) 0h (S) egzamin: 2h (K) 0h (S) konsultacje: 8h (K) 0h (S) przygotowanie do zajęć: 0h (K) 22h (S) przygotowanie do egzaminu: 0h (K) 15h (S) Razem: 38h (K) + 37h (S) = 75h
Metody i kryteria oceniania	Obecność i aktywność na zajęciach. Zajęcia mają charakter warsztatowy, dlatego wymagana jest regularna obecność — dopuszczalne są dwie nieobecności w semestrze. Aktywność podczas zajęć (w szczególności udział w dyskusjach, ćwiczeniach symulacyjnych, udzielanie informacji zwrotnej) stanowi element oceny końcowej. Wykonanie trzech ocenianych prac domowych. Każda praca domowa ma charakter praktyczny i jest związana z tematyką zajęć (np. opracowanie struktury prezentacji, przygotowanie zestawu slajdów, analiza wystąpienia publicznego). Prace są oceniane pod kątem merytorycznym, komunikacyjnym i estetycznym. Przygotowanie i wygłoszenie prezentacji zaliczeniowej. Każdy student przygotowuje jedną prezentację indywidualną lub zespołową w sali zajęciowej. Prezentacja oceniana jest pod względem: - dopasowania treści i formy do celu oraz odbiorcy, - klarowności przekazu i struktury, - jakości użytych pomocy wizualnych, - sposobu wystąpienia (komunikacja werbalna, parawerbalna, niewerbalna), - osiągniętego celu wystąpienia. Sposób obliczania oceny końcowej. Ocena końcowa stanowi średnią ważoną poszczególnych elementów: - aktywność i obecność na zajęciach – 20%, - prace domowe – 40%, - prezentacja zaliczeniowa – 40%.

	Zaliczenie wymaga uzyskania co najmniej 50% możliwych punktów. Skala ocen: • [0%–50%) – niedostateczny (ndst) • [50%–60%) – dostateczny (dst) • [60%–70%) – dostateczny plus (dst+) • [70%–80%) – dobry (db) • [80%–90%) – dobry plus (db+) • [90%–95%) – bardzo dobry (bdb) • [95%–100%) – bardzo dobry plus (bdb+)
Literatura	Literatura podstawowa - wybrane rozdziały z poniższych pozycji: Floyd, K., & Cardon, P. (2018). <i>Business and Professional Communication: Skills for Workplace Success</i> (3rd ed.). Pearson. Lucas, S. E. (2019). <i>Effective Presentation Skills</i>. McGraw-Hill Education. Pietroń, K. (2021). <i>Siła głosu. Jak mówić, by ludzie chcieli słuchać</i>. Wydawnictwo Sensus. Literatura uzupełniająca: Ledden, E. (2017). <i>The Presentation Book</i> (2nd ed.). Pearson Education Limited. Matthews, J. R., & Matthews, R. W. (2007). <i>Presentation Skills for Scientists and Engineers</i>. Cambridge University Press. Van Emden, J., & Becker, L. (2016). <i>Presentation Skills for Students</i> (3rd ed.). Palgrave Macmillan. Oraz artykuły naukowe, studia przypadków i materiały o charakterze analitycznym przygotowane przez wykładowcę.
Metody dydaktyczne	Zajęcia realizowane są w formule warsztatowo–aktywizującej, kładącej nacisk na praktyczne zastosowanie wiedzy z zakresu komunikacji i prezentacji w kontekście zawodowym ekonomisty. Proces dydaktyczny łączy elementy pracy grupowej, indywidualnych wystąpień, analizy materiałów wideo oraz refleksji nad własnym stylem komunikacji. Oprócz spotkań w sali zajęciowej, studenci korzystają również z materiałów i zadań udostępnianych na platformie e-learningowej (Moodle), co umożliwia kontynuację nauki w trybie asynchronicznym i rozwój umiejętności w oparciu o własne tempo pracy. W toku kursu wykorzystywane są następujące metody dydaktyczne: 1. Mini-wykład interaktywny – krótkie wprowadzenia teoretyczne do kolejnych zagadnień (np. struktura prezentacji, komunikacja niewerbalna), zakończone quizem, ćwiczeniem refleksyjnym lub krótką dyskusją, które pozwalają studentom natychmiast zastosować poznane koncepcje. 2. Warsztaty – zasadnicza forma pracy na zajęciach, polegająca na praktycznym ćwiczeniu umiejętności wystąpień publicznych, autoprezentacji, udzielania informacji zwrotnej i komunikacji w zespole. Studenci przygotowują i prezentują własne wystąpienia, analizują nagrania oraz wspólnie wypracowują dobre praktyki komunikacyjne. 3. Analiza przypadku (case study) – studenci omawiają przykłady wystąpień publicznych lub komunikacji w organizacjach, identyfikując skuteczne i nieskuteczne elementy przekazu. Analiza ta rozwija umiejętność krytycznego myślenia i oceny jakości wystąpień. 4. Dyskusja problemowa – wykorzystywana po obejrzeniu materiałów wideo lub analizie wystąpień uczestników; pozwala na konfrontację różnych opinii, ocen i perspektyw oraz sprzyja rozwojowi argumentacji i refleksyjnego myślenia. 5. Prezentacja studencka – każdy student przygotowuje i wygłasza prezentację zaliczeniową w sali zajęciowej, z możliwością wykorzystania pomocy wizualnych. Prezentacje stanowią okazję do

	praktycznego zastosowania nabytej wiedzy oraz otrzymania informacji zwrotnej od prowadzącego i grupy. 6. Peer review (wzajemne recenzowanie prac) – studenci oceniają nawzajem swoje wystąpienia, stosując modele informacji zwrotnej. Dzięki temu rozwijają umiejętność konstruktywnej oceny oraz uczą się przyjmować feedback w sposób wspierający rozwój osobisty. 7. Blended learning – poza zajęciami stacjonarnymi studenci korzystają z materiałów umieszczonych na platformie e-learningowej Moodle, w tym literatury przedmiotu, studiów przypadków oraz ćwiczeń refleksyjnych i materiałów do samodzielnego opracowania. Platforma służy także do przekazywania prac domowych, wymiany opinii i dyskusji online. Zastosowane metody sprzyjają uczeniu się przez doświadczenie, umożliwiając studentom samodzielne testowanie różnych stylów komunikacji, doskonalenie warsztatu prezentacyjnego oraz rozwijanie kompetencji interpersonalnych i refleksyjnych. Takie podejście zapewnia równowagę między poznaniem teoretycznym, praktycznym treningiem a refleksją nad własnym rozwojem komunikacyjnym.
Oprogramowanie	Microsoft Office, w tym Power Point Prezi / Canva Moodle – elearning.wne.uw.edu.pl