



<b>Przedmiot:</b> Prezentacje i wystąpienia publiczne w biznesie				
<b>Forma zajęć:</b> wykład	<b>Semestr:</b> 2	<b>Rok:</b> 1	<b>Wymiar godzin:</b> 18	<b>Punkty ECTS:</b> 3
<b>Forma zaliczenia:</b> zaliczenie na ocenę	<b>Typ przedmiotu:</b> do wyboru		<b>Język nauczania:</b> polski	
<b>Kierunek:</b> Zarządzanie		<b>Tryb:</b> niestacjonarne zaoczne		<b>Rodzaj:</b> magisterskie
<b>Specjalność:</b> Public Relations				
<b>Katedra:</b> Instytut Maketingu (Katedra Badań marketingowych)				
<b>Stopień naukowy wykładowcy:</b> dr		<b>Imię i nazwisko wykładowcy:</b> Magdalena Daszkiewicz		

**Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):**

brak

**Program przedmiotu:**

- Komunikowanie interpersonalne - operowanie głosem, mowa ciała, styl ubierania, przewycięzanie tremy i panowanie nad emocjami
- Planowanie i zasady prowadzenia prezentacji/wystąpień publicznych
- Podtrzymywanie kontaktu z grupą i sposoby urozmaicenia wystąpień
- Przygotowanie i prowadzenie prezentacji (analiza audytorium, schemat prezentacji, wykorzystanie pomocy wizualnych, zastosowanie psychologicznych reguł percepcji)
- Język i styl wypowiedzi - czyli o sztuce przemawiania, angażowania i przekonywania ( przemówienia, dobór argumentów i metody perswazji, techniki i środki oratorskie)
- Budowanie wizerunku w mediach
- Sztuka prezentacji i wystąpień a psychologia społeczna
- Prezentacja siebie i firmy

**Metody dydaktyczne:**

Wykład konwersatoryjny (przeplatanie fragmentów mówionych wykładu z dyskusją, wypowiedziami studentów lub z wykonaniem przez nich odpowiednich zadań). Przedstawiana na wykładzie wiedza jest poparta licznymi przykładami z praktyki i studiami przypadków. Wykłady z wykorzystaniem techniki audiowizualnej (slajdy -projektor multimedialny) .

**Cele przedmiotu:**

Celem kursu jest zapoznanie studentów z zasadami i sposobami prowadzenia prezentacji wystąpień publicznych. Zdobyta wiedzę i umiejętności będą mogli wykorzystać, już jako menadżerowie, w codziennej pracy zawodowej, która wymaga prowadzenia prezentacji oraz wystąpień podczas różnego typu spotkań, zebrań, zgromadzeń.

**Warunki zaliczenia:**

1. Uczestnictwo i aktywny udział w zajęciach
2. Realizacja zadań cząstkowych
3. Przygotowanie wystąpienia/prezentacji według instrukcji przekazanych studentom w trakcie wykładu

**Literatura podstawowa (do 4 pozycji):**

1. Andrzejewski P.(red.)Wystąpienia publiczne i profesjonalna korespondencja czyli trudna sztuka budowania wizerunku. Wyd.Forum, Poznań 2005
2. Campbell G. M.: Jak przygotować profesjonalną prezentację, Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa 2007
3. Murdoch A. Prezentacje i wystąpienia publiczne w public relations, Poltext Warszawa 2004
4. Rzędowska A., Rzędowski J.: Wystąpienia publiczne w biznesie, Helion, Gliwice 2007

**Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):**

1. Batko A.: Sztuka perswazji czyli język wpływu i manipulacji, Helion, Gliwice 2004
2. Detz J.: Sztuka przemawiania. GWP, Gdańsk 2004
3. Drzycimski A.: Komunikatorzy. Branta, Warszawa –Bydgoszcz 2000
4. Morreale S. P., Spitzberg B. H., Barge J. K.: Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności, Wydawnictwo: PWN, Warszawa 2007