



SGH

Informator	2015/2016	
Tytuł oferty	Zarządzanie sobą	
Sygnatura	238730 - 1017	3 pkt. ECTS
Prowadzący	dr hab., prof. SGH Jan Klimek oraz zespół: dr Beata Lidia Żelazko	

A. Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami związanymi z rozwojem osobistym i planowaniem kariery. Ponadto, chodzi o: - pokazanie studentom, w jaki sposób można budować swój potencjał konkurencyjności na trudnym rynku pracy, jakie umiejętności należy rozwijać w określonych środowiskach pracy; - zwrócenie uwagi na znaczenie marki osobistej w osiąganiu sukcesów zawodowych; - wskazanie na możliwości wykorzystania wiedzy z dziedziny zarządzania i marketingu w procesie realizacji celów zawodowych.

B. Program przedmiotu

Cykl życia człowieka, jakość życia.
Stres i regeneracja.
Modele rozwoju karier i ścieżki karier. Strategie rozwoju osobistego. Coachingu i mentoringu jako formy wspierania rozwoju osobistego.
Wartość czasu, efektywne wykorzystanie czasu.
Równowaga praca-życie osobiste.
Przywództwo. Wywieranie wpływu na innych oraz kształtowanie relacji.
Budowanie marki osobistej.
Kształtowanie własnego wizerunku.
Indywidualny plan rozwoju osobistego. Kontrola i pomiar efektów działań.

C. Szczegółowe przedmiotowe efekty kształcenia

Wiedza	Student: 1/ potrafi wskazać czynniki rozwoju osobistego i zawodowego 2/ zna podstawowe rodzaje ścieżek kariery oraz metody i techniki wspomagające jej rozwój 3/ wie, jakie narzędzia marketingowe służą osiągnięciu celów zawodowych 4/ potrafi zdefiniować pojęcia: marka osobista, wizerunek 6/ zna zasady, techniki i narzędzia kształtowania marki osobistej oraz własnego wizerunku 7/ jest świadomy znaczenia takich działań, jak: określanie celów osobistych i zawodowych, planowanie rozwoju osobistego 8/ rozumie pojęcie przywództwo i jego znaczenie w kształtowaniu przewagi konkurencyjnej 9/ zna metody i narzędzia motywowania siebie i innych do działania
Umiejętności	Student potrafi: 1/ przeprowadzić autodiagnozę mocnych stron i słabości 2/ dokonać bilansu własnego rozwoju 3/ sformułować strategię służącą realizacji osobistych celów 4/ opracować harmonogram realizacji zadań w taki sposób, aby uniknąć marnotrawienia czasu 5/ wykorzystać różne techniki kreatywności w celu wygenerowania pomysłów na rozwiązanie problemu 6/ opracować plan rozwoju
Kompetencje społeczne	Student: 1/ dostrzega znaczenie relacji z otoczeniem w procesie rozwoju osobistego i w sposób świadomy i celowy je kształtuje 2/ wykorzystuje zdobytą wiedzę w celu zwiększenia efektywności wykorzystania swojego czasu i czasu innych osób 3/ jest przygotowany do stymulowania aktywności i kreatywności w ramach pracy zespołowej 4/ potrafi ustalać priorytety w pracy indywidualnej oraz zespołowej oraz organizować pracę zespołu

D. Semestralny plan zajęć

- 1 Cykl życia człowieka jako uwarunkowanie procesu zarządzania sobą. Jakość życia. Stres i regeneracja.
- 2 Współczesny rynek pracy a zarządzanie samym sobą. Modele rozwoju karier i ścieżki karier.
- 3 Znaczenie coachingu i mentoringu jako form wspierania rozwoju osobistego.
- 4 Wartość czasu. Budżet czasu. Efektywne wykorzystanie czasu. Równowaga praca-życie osobiste.
- 5 Identyfikacja własnych atutów i słabości. Automotywacja.
- 6 Wartości i cele. Formułowanie i realizacja osobistych celów. Strategie rozwoju osobistego.
- 7 Kształtowanie kompetencji zawodowych. Sposoby podejmowania decyzji i postawa wobec ryzyka.
- 8 Techniki kreatywności. Zarządzanie zmianą.
- 9 Planowanie rozwoju zawodowego w ramach korporacji.
- 10 Przedsiębiorczość indywidualna jako ścieżka kariery.
- 11 Przywództwo. Źródła przewagi nad konkurentami. Wywieranie wpływu na innych.
- 12 Kapitał relacyjny i jego kształtowanie w procesie zarządzania samym sobą. Aktywność w mediach społecznościowych - cele i efekty.
- 13 Budowanie marki osobistej.
- 14 Kształtowanie własnego wizerunku.
- 15 Indywidualny plan rozwoju osobistego. Kontrola i pomiar efektów działań.

E. Literatura podstawowa (obowiązkowe podręczniki)

1/ M. Suchar, Modele kariery. Przewidywanie kolejnego kroku, Wyd. C.H. Beck, Warszawa 2010 2/ G. Królik, G. Gruszczyńska-Malec, H. Bieniok, Techniki kreatywnego myślenia, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2013 3/ D. Schawbel, Personal branding 2.0, Cztery kroki do zbudowania osobistej marki, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2012 4/ R. B. Cialdini, Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2013. 5/ D. Fontana, Zarządzanie czasem, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999

F. Literatura uzupełniająca

1/ M. Adamiec, B. Kozusznik, Sztuka zarządzania sobą, PWE, Warszawa 2001 2/ D. Barefoot, J. Szabo, Znajomi na wagę złota: podstawy marketingu w mediach społecznościowych, Wolters Kluwer Warszawa 2011 3/ T. Clark, A. Osterwalder, Y. Pigneur, Model biznesowy ? TY, Wydawnictwo OnePress, Helion, Gliwice 2013 4/ Z. Ryżak, Działaj teraz, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2014 5/ P. Dzikowski, Przywództwo w organizacjach gospodarczych, Difin, Warszawa 2011. 6/ R. Gut, M. Piegowska, B. Wójcik, Zarządzanie sobą. Książka o działaniu, myśleniu i odczuwaniu, Difin, Warszawa 2008

G. Najważniejsze publikacje autora(ów) dotyczące proponowanych zajęć

1/ J. Klimek, W rodzinnej firmie, Wydawnictwo Menedżerskie, Warszawa 2014 2/ M. Reich, J. Klimek, Sztuka rozwoju osobistego, Agencja Wydawnicza "Hejme", Czeladź 1997.

H. Sygnatury wymaganych prerekwizytów

nie są wymagane

I. Wymiar i forma zajęć

	Stacj.	Sb.Niedz.	Popołud.
Ogółem:	30	14	30
Wykład	20	7	20
Ćwiczenia	10	4	10
Praca samodzielna plus e-learning	-	3	-

J. Elementy oceny końcowej

egzamin tradycyjny-pisemny	50%
referaty/eseje (praca pisemna)	50%

K. Wymagana znajomość języka obcego

nie jest wymagana

L. Kryteria selekcji

M. Metody prowadzenia zajęć

dyskusje
udział praktyków