



**POLITECHNIKA LUBELSKA
WYDZIAŁ ZARZĄDZANIA**

**KIERUNEK STUDIÓW
MARKETING I KOMUNIKACJA RYNKOWA**

***MATERIAŁY DO ZAJĘĆ
PRAKTYCZNYCH/WARSZTATOWYCH***

AUTOPREZENTACJA

Prowadzący:

Dr inż. Joanna Wyrwisz

Dr hab. inż. Magdalena Rzemieniak, prof. uczelni

Lublin 2021

Temat 1: KULTURA I KOMUNIKACJA W PRACY, CECHY OSOBOWE DOBREGO PRACOWNIKA. SZTUKA AUTOPREZENTACJI

Słowa kluczowe: autoprezentacja, komunikacja interpersonalna, komunikacja w biznesie, pierwsze wrażenie, zasady prezentacji

Struktura problematyki:

- Autoprezentacja jako umiejętność przedstawienia swojej osoby w taki sposób, jakiego oczekują odbiorcy w danej sytuacji.
- Warunki i cechy dobrej autoprezentacji: wiarygodność, autentyczność i życzliwość względem otoczenia, pewność siebie, znajomość swoich mocnych stron, asertywność, umiejętność skutecznej komunikacji oraz umiejętności „techniczne” tworzenia prezentacji.
- Jak odbieramy innych: efekt pierwszego wrażenia, efekt kontrastowania, efekt aureoli, efekt świeżości i pierwszeństwa.
- Cechy osobowe dobre pracownika, mocne strony, pewność siebie, umiejętność eksponowania swoich mocnych stron osobowości, poczucie własnej wartości.

Ćwiczenie: Jak odbieramy i oceniamy innych – efekt pierwszego wrażenia.

Przebieg ćwiczenia.

Na podstawie ilustracji (dowolnej osoby nieznannej publicznie), należy wskazać, jakie cechy automatycznie popisujemy osobie na zdjęciu: Ile ma lat? Czym się zajmuje? Czy ma dużo przyjaciół? Jakie jest jej otoczenie? Czy ma dużo pieniędzy na koncie? Inne?

Dyskusja i porównanie ocen, z czego one wynikają.

Ćwiczenie: Autoprezentacja – reklama.

Przebieg ćwiczenia.

Każdy z uczestników ćwiczenia powinien przygotować reklamę - prezentację własnej osoby (plan prezentacji może być wykonany pisemnie). Następnie przedstawiła reklamę na forum grupy. W prezentacji należy zwrócić uwagę na swoje najlepsze cechy, umiejętności, możliwości, wyjątkowość.

Dyskusja o odczuciach, trudnościach przy wystąpieniu publicznym,

Które cechy pozytywne czy negatywne pojawiają się częściej w charakterystyce osoby.

Temat 2: KOMUNIKACJA INTERPERSONALNA. BUDOWANIE POZYTYWNYCH RELACJI INTERPERSONALNYCH. KOMUNIKACJA WERBALNA

Słowa kluczowe: komunikacja interpersonalna, komunikacja językowa, komunikacja werbalna, nadawca, odbiorca, komunikat, komunikowanie jednokierunkowe, komunikowanie dwukierunkowe

Struktura problematyki:

- Schemat komunikacji: nadawca – odbiorca – przekaz.
- Komunikacja interpersonalna językowa i niejęzykowa - porozumiewanie się i wymiana informacji między nadawcą a odbiorcą przy pomocy systemu znaków; znaki muszą mieć to samo znaczenie dla nadawcy i odbiorcy.
- Komunikacja jednokierunkowa (szybka, uporządkowana, skuteczna w czasie masowych zgromadzeń, skuteczna w czasie prostych komunikatów).
- Komunikacja dwukierunkowa (dokładna, zwiększa poziom rozumienia odbiorcy, skuteczna w przypadku złożonych komunikatów, wymaga aktywności odbiorcy, emocje).
- Formy zachowań werbalnych: polecenia i instrukcje (wywieranie wpływu na zachowanie innych ludzi), pytania (zdobywanie informacji), Informacje (udzielenie odpowiedzi na pytania), formalności społeczne (witanie, dziękowanie, przepraszenia).
- Zasady skutecznej komunikacji: intencje, przekazywanie, odbiór wiadomości, interpretacja.

Ćwiczenie: Skuteczna komunikacja jednokierunkowa a skuteczna komunikacja dwukierunkowa.

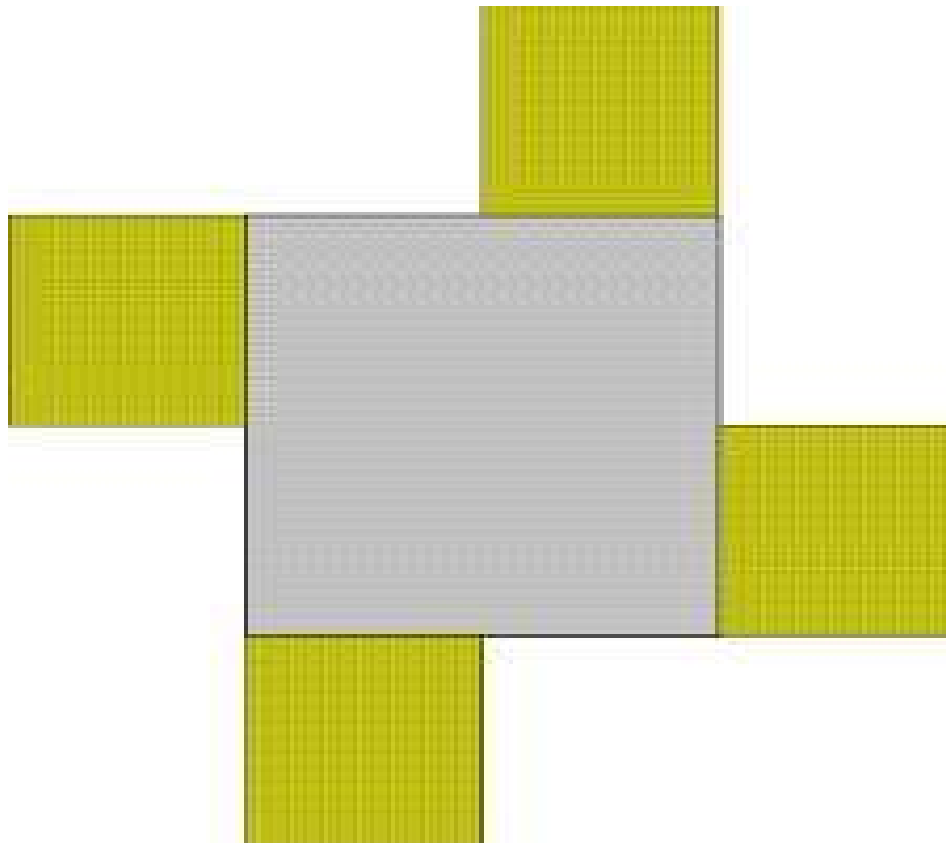
Przebieg ćwiczenia.

Prowadzący z grupą wybiera osobę „lidera” do zadania. Lider zajmuje miejsce przed grupą. Otrzymuje ilustrację, a następnie instuuje grupę, jak mają narysować, to co widzi „lider”.

- komunikacja jednokierunkowa: grupa nie może zadawać pytań do poleceń „lidera”, nie może komentować, nie ma powtórzeń czy potwierdzania,
- komunikacja dwukierunkowa: grupa może zadawać pytania do poleceń „lidera”.

Dyskusja na temat problemów w komunikacji i możliwości ich unikania, omówienie sposobu przygotowania słuchaczy przez nadawcę przed wykonaniem zadania i ocena sposobu instruowania słuchaczy przez nadawcę.

Przykładowa ilustracja do ćwiczenia – kwadraty.



Temat 3: KOMUNIKACJA NIEWERBALNA - MOWA CIAŁA, ZNACZENIE WYBRANYCH GESTÓW

Słowa kluczowe: komunikacja interpersonalna, komunikacja niejęzykowa komunikacja niewerbalna, mowa ciała, gestykulacja, mimika, kod niejęzykowy

Struktura problematyki:

- Mowa ciała jako rodzaje niejęzykowych sygnałów przekazywanych przez człowieka.
- Elementy komunikacji niewerbalnej: gestykulacja, mimika, dotyk i kontakt fizyczny, kontakt wzorkowy, ton głosu, dystans fizyczny, pozycja ciała, wygląd fizyczny, organizacja przestrzeni osobistej, ruch.
- Funkcje komunikatów niejęzykowych: informują o emocjach i uczuciach, cechach osobowości, regulują i strukturalizują relacje społeczne, ułatwiają komunikację językową, wiele komunikatów niejęzykowych zastępuje komunikaty językowe.
- Komunikaty niejęzykowe: emblematy, ilustratory, wskaźniki emocji, regulatory konwersacyjne, adaptatory.
- Znaczenie komunikacji niewerbalnej w sytuacjach wystąpień publicznych, konfliktów, sytuacjach, w których uczestnicy różnią się zajmowaną pozycją lub posiadaną władzą.
- Przestrzeń interpersonalna: strefa intymna, strefa zażyłych związków, strefa osobista, strefa społeczna, strefa publiczna.
- Stany emocjonalne i komunikaty niewerbalne: dominacja i poczucie siły, podporządkowanie i nerwowość, niepewność/niezdecydowanie, niezgoda, złość, sceptycyzm.

Ćwiczenie: Komunikacja niewerbalna – co mówią gesty i postawa ciała.

Przebieg ćwiczenia.

Studenci otrzymują ilustracje osób różniących się postawą, gestykulacją, wyrazem twarzy oraz etykiety z opisem postawy (np. gniew, niepewność, wrogość, pewność siebie, zakłopotanie, nieszczerłość itp.). Ich zadaniem jest odpowiednie przyporządkowanie etykiety do osoby i uzasadnienie swojego wyboru

Ćwiczenie: Podawanie dłoni.

Przebieg ćwiczenia.

Studenci trenują między sobą podawanie dłoni w relacjach biznesowych – prawidłowy układ dłoni równość, układ dominacja i uległość.

Temat 4: KOMUNIKACJA W SYTUACJACH KONFLIKTOWYCH I METODY RADZENIA SOBIE ZE STRESEM

Słowa kluczowe: komunikacja interpersonalna, komunikacja werbalna, komunikacja niewerbalna, komunikacja kryzysowa, konflikt, stres, sytuacja stresowa, sytuacja konfliktowa, trema

Struktura problematyki:

- Istota stresu. Stres jako bodziec. Stres jako reakcja na przykry bodziec ze środowiska zewnętrznego. Stres jako dynamiczna relacja adaptacyjna.
- Reakcja na stres – reakcje fizjologiczne, reakcje psychologiczne, zmiany w zachowaniu, zmiany w myśleniu.
- Etapy organizacji komunikacji w sytuacjach konfliktowych: 1) Przygotowanie i przemyślenie kompozycji wypowiedzi (cel, argumentacja, przemyślenie konsekwencji), 2) Rozmowa właściwa, 3) Zamknięcie
- Sprawy kluczowe „Trudne orzechy do zgryzienia”: nie powinny pojawić się na początku ani na końcu, prezentacja ich na początku grozi zablokowaniem dyskusji, prezentacja ich na końcu spowoduje zmęczenie uczestników, ograniczenia czasowe lub grozi usztywnieniem stanowisk.
- Negatywne działanie na odbiorcę: zwracanie się po nazwisku, zniekształcanie nazwiska, przerywanie wypowiedzi innych w sposób gwałtowny i nietaktowny, uprzedzanie wypowiedzi, złośliwe zgadywanie, przypisywanie rozmówcy ukrytych zamiarów, nieuprzejme zaprzeczenia, gwałtowne sprzeciwianie się.
- Bariery komunikacyjne: osądzanie, ocenianie, domyślanie się, przygotowywanie odpowiedzi, porównywanie, filtrowanie, skojarzenia, udzielanie rad, sprzeciwianie się, przekonanie o swojej racji.
- Metody radzenia sobie ze stresem.

Ćwiczenie: Ćwiczenia oddechowe łagodzące stres 3-1-6.

Przebieg ćwiczenia.

Licząc do trzech bierzemy głęboki wdech przez nos i wstrzymujemy oddech na jedną sekundę. Następnie wypuszczamy ustami powietrze powoli, licząc do sześciu.

Ćwiczenie powtarzamy 10 razy.

Temat 5: ZASADY TWORZENIA PREZENTACJI - ASPEKT WIZUALNY I TECHNIKA WYSTĄPIEŃ

Słowa kluczowe: prezentacja, autoprezentacja, wystąpienie publiczne, technika prezentacji, techniki prezentacyjne, zasady prezentacji

Struktura problematyki:

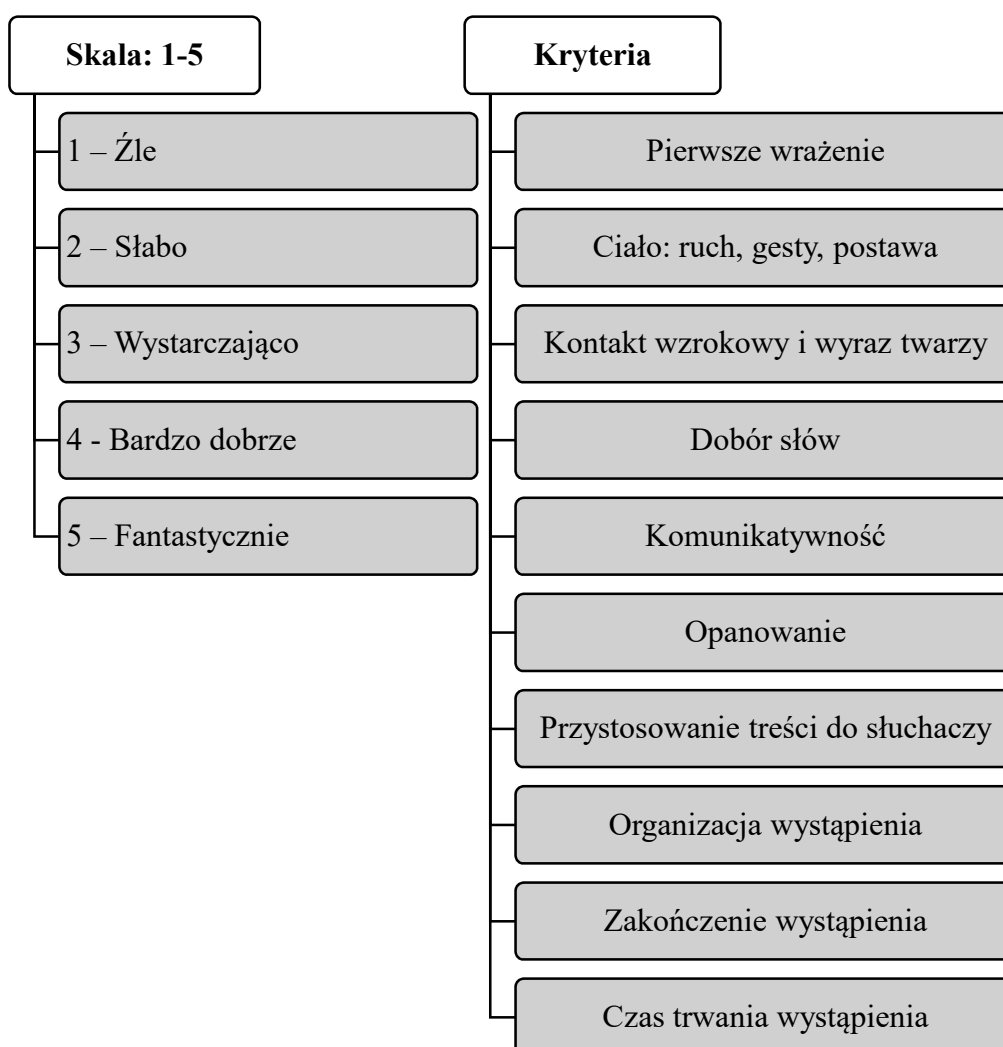
- Elementy prezentacji: cechy, struktura, zasady.
- Cechy dobrej prezentacji: krótka, prosta, ciekawa, daje wyraz profesjonalizmu autora oraz firmy, którą on reprezentuje, błyskotliwa, przekonująca, zapadająca w pamięć.
- Zasada 5 x W: Who?, Why?, Where?, When?, What and how?
- Struktura prezentacji: 1) wprowadzenie – do 3 min, nawiązanie kontaktu - zainteresowanie słuchaczy od samego początku, 2) cel prezentacji, 3) porządek prezentacji, 4) rozwinięcie, 5) zakończenie (podsumowanie, wnioski, klamra), 6) odpowiedzi na pytania.
- Zasada 3P: 1P - Powiedz, o czym powiesz, 2P - Powiedz, co masz do powiedzenia, 3P - Powiedz, o czym mówiłeś.
- Kryteria doboru informacji: to co muszą wiedzieć, to co powinni wiedzieć, to co mogą wiedzieć.
- Ważne elementy prezentacji: kontakt wzrokowy ze wszystkimi słuchaczami, wyraźne i donośne mówienie prostymi zdaniami, unikanie skomplikowanych terminów, widoczność pomocy wizualnych.
- Aspekty wizualne prezentacji: wytłuszczony tytuł w centralnym miejscu, ilustracja przekazywanej treści, zdania krótkie, uproszczone schematy, duże litery i czcionka, porządek i symetria.
- Ćwiczenie prezentacji: przeczytać tekst na głos, wygłosić tekst ponownie, nagrać prezentację, poprosić kogoś o wysłuchanie prezentacji, przeprowadzić próbę.

Ćwiczenie: Prezentacja w biznesie.

Przebieg ćwiczenia.

Studenci przygotowują indywidualną prezentację na wybrany temat (np. prezentacja produktowa, założenia planu marketingowego, prezentacja firmy u nowego kontrahenta, założenia do nowej kampanii promocyjnej, strategia wejścia na nowy rynek itp.)

- Wskazana prezentacja multimedialna.
- Czas trwania prezentacji 7 minut.
- Odpowiedni ubiór.
- Opcjonalne użycie rekwizytów (produkt, materiały promocyjne).
- Ocena prezentacji wg kryteriów:



Temat 6: ZASADY PROFESJONALNEJ SŁUŻBOWEJ ROZMOWY TELEFONICZNEJ W PRACY BIUROWEJ

Słowa kluczowe: komunikacja interpersonalna, komunikacja formalna, komunikacja służbowa, rozmowa telefoniczna, praca biurowa, etykieta telefoniczna, small talk

Struktura problematyki:

- Przygotowanie profesjonalnej rozmowy telefonicznej: ustalić z kim będziemy rozmawiali, temat rozmowy, przygotować się na notatki, dogodne warunki do konwersacji.
- Etykieta telefoniczna:
 - Przedstawienie się: imię, nazwisko, firma,
 - Zapytanie czy rozmówca może rozmawiać,
 - Rozmowa do 5 min., jeśli dłużej, prośba o umówienie dłuższej rozmowy,
 - Wykonując połączenie czekamy 5-6 sygnałów, ewentualny ponowny kontakt za kilka minut.
- Powitanie rozmówcy. Ujednolicona formuła.
- Zasady odbierania telefonu: Dzwoniący telefon w firmie jest ważniejszy od każdego przełożonego oraz współpracownika, koleżanki, kolegi i każdej innej osoby, która gości w biurze, ale nie jest klientem/interesantem. Klient jest ważniejszy niż telefon.

- Błędy w profesjonalnej rozmowie telefonicznej:

<ul style="list-style-type: none"> ▪ rozpoczynanie rozmowy od „halo”, 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ szybkie i niewyraźne zgłaszanie się,
<ul style="list-style-type: none"> ▪ brak odwzajemnienia pozdrowienia, 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prowadzenie innej wcześniej rozpoczętej rozmowy,
<ul style="list-style-type: none"> ▪ zakrywanie słuchawki dłonią, 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wypowiedanie się w sposób oschły, rutynowy,
<ul style="list-style-type: none"> ▪ zbyt szybkie mówienie, 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wchodzenie w słowo
<ul style="list-style-type: none"> ▪ niewielka pomoc w przypadku nieobecności kompetentnego pracownika, 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nieinformowanie o zestawie głośnomówiącym,
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ocenianie i krytykowanie rozmówcy, 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wykonywanie innych czynności podczas rozmowy.

Ćwiczenie: Profesjonalna rozmowa telefoniczna

Przebieg ćwiczenia.

Studenci przygotowują scenki profesjonalnej rozmowy telefonicznej. W ćwiczeniu należy uwzględnić:

- przygotowanie się do rozmowy,
- opracowanie planu rozmowy,
- powitanie,
- cel rozmowy,
- pozytywna perswazja
- rekomendacje,
- reagowanie na sytuację trudną,
- ton głosu, tempo mówienia, uprzejmość,
- sposób zakończenia rozmowy.

Rodzaje scenek: rozmowę prowadzi szef/dyrektor, menedżer średniego szczebla, pracownik obsługi klienta, pracownik sekretariatu, pracownik mistrzówki.

Temat 7: KORESPONDENCJA I JEJ CELE. OGÓLNE ZASADY REDAGOWANIA PISM I DOKUMENTÓW - KORESPONDENCJA W SPRAWACH HANDLOWYCH ORAZ ADMINISTRACYJNA (W TYM PISMA INFORMACYJNE, PROTOKOŁY, SPRAWOZDANIA, ZAWIADOMIENIA I ZAŚWIADCZENIA)

Słowa kluczowe: komunikacja interpersonalna, komunikacja formalna, komunikacja służbowa, korespondencja służbowa, pismo służbowe, protokół, sprawozdanie, zaświadczenie

Struktura problematyki:

- Znaczenie korespondencji biznesowej: ważne narzędzie komunikacji, zdobycie i utrzymania zaufania klientów, tworzenie wizerunku firmy, pierwsze wrażenie o organizacji.
- Korespondencja biznesowa – kluczowe elementy zawartość: merytoryczna, wywód logiczny i spójny, brak błędów, przejrzystość, estetyka, rodzaj papieru, starannie sporządzona, właściwy ton.
- Układ treści dokumentu: 1) część wstępna, powód pisania listu oraz inne niezbędne informacje, 2) część zasadnicza, szczegółowe omówieniu sprawy, 3) zakończenie, podsumowanie głównych punktów omawianych w liście.
- Zwroty grzecznościowe.
- Podpis w korespondencji biznesowej - podpis odręczny lub faksymile, imię i nazwisko, stanowisko, pieczęć (imię i nazwisko, stanowisko osoby).
- Precedencja: jeżeli pismo podpisują dwie osoby: osoba na wyższym stanowisku podpisuje się po prawej stronie, a osoba na niższym stanowisku – po lewej.
- Rodzaje pism służbowych.
- Korespondencja mailowa.

Ćwiczenie: Redagowanie korespondencji służbowej.

Przebieg ćwiczenia.

Przygotowanie korespondencji służbowej wg zadanego tematu:

- Informacja o nowej siedzibie firmy.
- Informacja o nowym przedstawicielu firmy.
- Informacja o obniżce cen na niektóre towary.
- Informacja o odniesionym sukcesie.
- Informacja o organizowanym kursie.
- Informacja o otrzymaniu przesyłki.
- Informacja o otwarciu nowego lokalu.
- Informacja o otwarciu nowego sklepu.
- Informacja o podłączeniu urządzenia do sieci.
- Informacja o zamianie przedstawiciela.
- Informacja producenta o wstrzymaniu dalszej produkcji.
- Podziękowanie dla kierownika działu sprzedaży.
- Podziękowanie dla klienta wraz z kuponem rabatowym.
- Podziękowanie dla pracownika za postawę podczas napadu.
- Podziękowanie dla pracownika z okazji jubileuszu jego pracy.
- Podziękowanie dla współpracowników za zorganizowanie promocji.
- Podziękowanie dyrekcji hotelu za przygotowanie imprezy.
- Podziękowanie za prezent.
- Podziękowanie za spotkanie z okazji odejścia z firmy.
- Podziękowanie za udaną prezentację.
- Podziękowanie za uwagę i miłe przyjęcie.

Korespondencja musi uwzględniać: odpowiedni układ treści, zwroty grzecznościowe, zawartość merytoryczną, papier firmowy i system identyfikacji wizualnej wybranej organizacji, podpisy.

Temat 8: TECHNIKI AUTOPREZENTACJI: OBRONNE (SAMOUTRUDNIANIE, SUPLIKACJA, WYMÓWKI, USPRAWIEDLIWIENIA, PRZEPROSINY)

Słowa kluczowe: autoprezentacja, wizerunek osobisty, wizerunek własny, wizerunek biznesowy, techniki autoprezentacji, asertywność

Struktura problematyki:

- Trzy typy zachowań interpersonalnych: zachowania uległe (ucieczka), zachowania agresywne (walka), zachowania asertywne (możliwe porozumienie).
- Konsekwencje zachowania agresywnego.
- Istota asertywności. umiejętność wyrażania opinii, krytyki, potrzeb, życzeń, poczucia winy, umiejętność odmawiania w sposób nieuległy i nieraniący innych, umiejętność przyjmowania krytyki, ocen i pochwał, autentyczność, elastyczność zachowania, świadomość siebie, wrażliwość na innych ludzi, empatia i stanowczość.
- Asertywna odmowa: odmawianie (mówimy jasno i wyraźnie czego nie zrobimy), wyrażanie opinii (wyjaśniamy, dlaczego czegoś nie zrobimy), zdarta płyta (powtarzamy 2 poprzednie punkty), wyrażanie złości (mówimy o swoich uczuciach względem zachowania drugiej strony).
- Budowanie autorytetu. Charyzma.
- Skuteczne mówienie, techniki, wiarygodność.

Ćwiczenie: Umiejętność asertywnego zachowania w różnych sytuacjach społecznych.

Przebieg ćwiczenia.

Dla zaproponowanych sytuacji spróbuj zainscenizować zachowanie asertywne, uległe i agresywne. Uczestnicy dobierają się w pary. Dokonują analizy sytuacji i przygotowują scenkę w trzech wariantach.

Sytuacja 1.

Twój szef wysłał Cię na tygodniowe szkolenie z obsługi klienta. Termin szkolenia częściowo pokrywa się z Twoim wyjazdem z rodziną, który jest już zarezerwowany/opłacony.

Sytuacja 2.

Kolega z pracy prosi Cię o pomoc w przygotowaniu obszernego raportu z krótkim terminem realizacji. Pomagałeś mu już kilkakrotnie i tym razem nie chcesz się już w to angażować.

Sytuacja 3.

Przełożony oczekuje, że będziesz przychodził do pracy w soboty w tym miesiącu. Jak zareagujesz?

Sytuacja 4.

Twoje miejsce pracy ma charakter „open space”. Koleżanka zwraca Twoją uwagę/przeszkadza w pracy prowadząc głośne rozmowy telefoniczne z klientami.

Sytuacja 5.

Przy sporządzaniu planu urlopów w Twoim dziale, kolejny raz dopasowujesz termin swojego urlopu do innych pracowników. Chcesz to zmienić.

Sytuacja 6.

W zespole kilkuosobowym realizujecie ważny projekt terminowy. Jeden z członków zespołu opóźnia realizację/nie bierze czynnego udziału w pracy.

**Temat 9: TECHNIKI AUTOPREZENTACJI: ASERTYWNO-ZDOBYWCZE
(INGRACJACJA, AUTOPROMOCJA, ŚWIECENIE PRZYKŁADEM,
ZASTRASZANIE, ŚWIECENIE ODBITYM BLASKIEM)**

Słowa kluczowe: autoprezentacja, autopromocja, ingracjacja, zastraszanie, wizerunek osobisty, wizerunek własny, wizerunek biznesowy, techniki autoprezentacji

Struktura problematyki:

- Wywieranie wpływu na ludzi: reguła wzajemności, społecznego dowodu słuszności, zaangażowania i konsekwencji, niedostępności, lubienia i sympatii, autorytetu.
- Aktywne słuchanie a skuteczne mówienie.
- Argumentacja i jej zadania (słuchacz ma postrzegać sytuację tak, jak mu się ją przedstawia, przekonanie do słuszności podjętego celu, wykazanie, że środki obiecują sukces, uświadomienie, że inne środki nie przyniosą sukcesu).
- Warunki aktywnego odbioru: słuchać w sposób umotywowany, robić notatki, skoncentrować się na komunikacie, nadawać informacje zwrotne, nie przerywać, nie uprzedzać, nie robić uwag „na marginesie”, utrzymywać kontakt wzrokowy, potwierdzać aktywność słuchania, wzmacniać nadawcę.
- Szczególne zasady autoprezentacji: nie lekceważ pytań, różnica zdań może być korzystna, spróbuj przyjąć punkt widzenia oponentów, uważaj na sposób wyrażania niezgody, unikaj udzielania rad, bądź wnikliwym obserwatorem, mów w sposób jasny i rzeczowy, okazuj partnerowi szacunek.

Ćwiczenie: Techniki autoprezentacji a argumentacja.

Przebieg ćwiczenia.

Studenci przygotowują się argumentację do dyskusji w parach. Ważny jest dobór i ilość argumentów, sposób ich podawania, postawa w dyskusji:

- pies czy kot,
- północ czy południe,
- spodnie czy spódnica,
- morze czy jezioro,
- słońce czy księżyc,
- zimno czy ciepło.

Temat 10: ORGANIZACYJNE ZASADY KSZTAŁTOWANIA PRZEBIEGU DNIA PRACY. REGUŁY I TECHNIKI ZARZĄDZANIA CZASEM

Słowa kluczowe: zarządzanie czasem, umiejętności profesjonalne, praca biurowa, obsługa klienta, organizacja dnia, kalendarz, planowanie

Struktura problematyki:

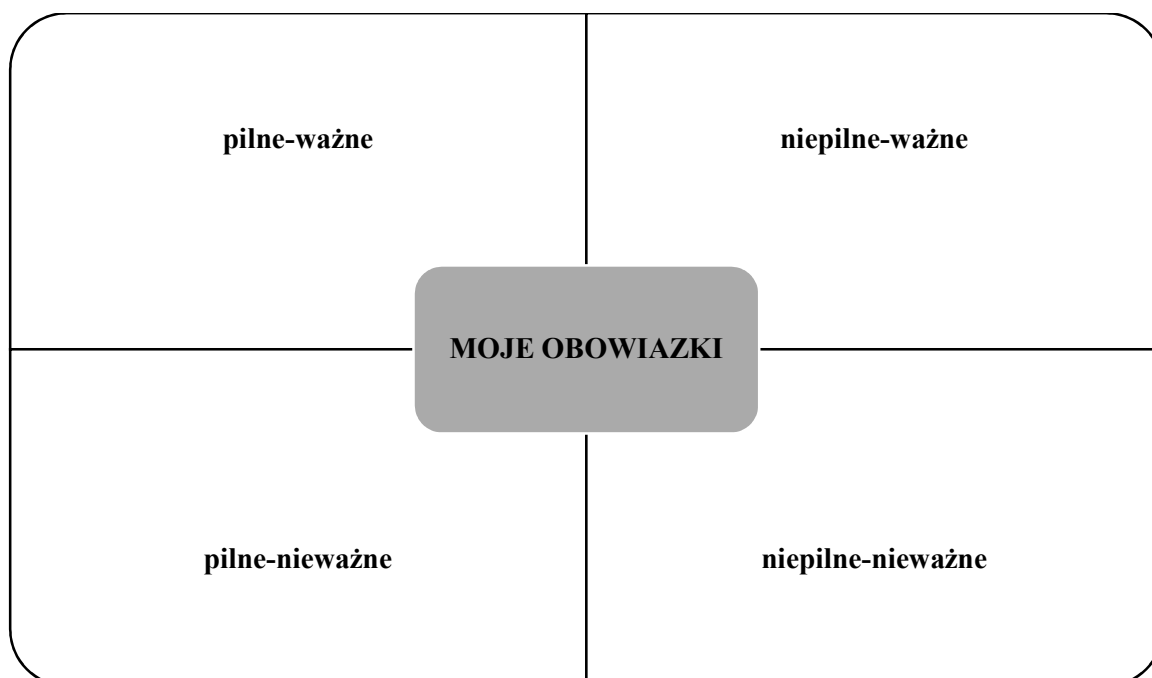
- Czas jako kapitał.
- Efektywne zarządzanie czasem.
- Zasada 3xP: predyspozycje, priorytety plany.
- Kwadrat Eisenhowera (Macierz): pomaga podzielić zadania i nadać im priorytety pilne/niepilne-ważne/nieważne.

Ćwiczenie: Kwadrat Eisenhowera – identyfikacja statusu obowiązków/zadań.

Przebieg ćwiczenia.

Każdy student konstruuje indywidualną macierz swoich zadań nadając im określony status każdemu zadaniu. W każdym polu sugeruje się wskazać kilka zadań.

Dyskusja wyników.



Temat 11: ZARZĄDZANIE CZASEM WŁASNYM – ROLA I ZNACZENIE. IDENTYFIKACJA POŻERACZY CZASU ORAZ WALKA Z NIMI

Słowa kluczowe: zarządzanie czasem, umiejętności profesjonalne, praca biurowa, organizacja dnia, kalendarz, planowanie, strata czasu

Struktura problematyki:

- Właściwe gospodarowanie czasem. Zarządzanie sobą w czasie.
- Czas własny. Czas pracowników.
- Zalety dobrej organizacji czasu pracy.
- Zarządzanie czasem a siła i kreatywność pracownika.

Ćwiczenie: Kontrola czasu – identyfikacja pożeraczy czasu.

Przebieg ćwiczenia.

Czas pracy	Zakłócenia
Planowanie zadań czasu pracy	<ul style="list-style-type: none">– nieprecyzyjne cele– brak priorytetów– nieodpowiedni plan dnia– brak planowania– brak wiedzy o procesach
Indywidualny styl pracy	<ul style="list-style-type: none">– chaos w dokumentach– tworzenie zbędnych procedur– brak delegowania– zbędna priorytetyzacja
Osobiste słabości	<ul style="list-style-type: none">– praca w pośpiechu– brak asertywności– brak samodyscypliny– niska motywacja własna– odkładanie ważnych rzeczy na później
Zakłócenia powodowane przez innych	<ul style="list-style-type: none">– rozmowy telefoniczne– e-maile– wizytacja „last minute”– hałas w miejscu pracy– „wrzutki’ ważnych rzeczy na ostatnią chwilę

Temat 12. ZARZĄDZANIE CZASEM PRACY. SYSTEM PLANOWANIA CZASU METODĄ ALPEN

Słowa kluczowe: zarządzanie czasem, umiejętności profesjonalne, praca biurowa, obsługa klienta, organizacja dnia, kalendarz, metoda ALPEN

Struktura problematyki:

- Metoda planowania czasu ALPEN – idea, założenia, cele metody: analiza obecnej sytuacji i zebranie najważniejszych informacji.
- A (*Aufgaben*) – zadania, lista zadań, czynności i spotkań,
- L (*Länge schätzen*) – szacowanie długości,
- P (*Pufferzeiten einplanen*) – przerwy i pauzy,
- E (*Entscheidungen treffen*) – priorytety,
- N (*Nachkontrolle*) – kontrola.
- Lista główna, miesięczna, tygodniowa, dzienna.

Ćwiczenie: Planowanie czasu.

Przebieg ćwiczenia.

Student opracowuje plan tygodniowy swojej aktywności w oparciu o metodę ALPEN.

Temat 13. ETYKIETA OSOBISTA I BIZNESOWA – POWITANIE I POZDRAWIANIE SIĘ, ZASADY PRZEDSTAWIANIE SIĘ, WIZYTÓWKI, PROCEDENCJA

Słowa kluczowe: etykieta osobista, etykieta biznesowa, savoir-vivre biznesowy, powitanie, pozdrawianie, przedstawianie się, procedencja, wizytówka

Struktura problematyki:

- Savoir-vivre biznesowy: etykieta, dobre maniery, ogłada, umiejętność zachowania się w każdej sytuacji.
- Powitanie i pozdrawianie się.
- Uścisk dłoni w relacjach biznesowych.
- Powitanie grupy osób.
- Witanie się par.
- Przedstawianie się.
- Wizytówka służbowa – wygląd, elementy na wizytówce, wymiana wizytówek.
- Precedencja w sytuacjach biznesowych – kto ma pierwszeństwo: wchodzenie i schodzenie po schodach, przechadzka po firmie, Zachowanie w drzwiach, zaproszenie do gabinetu, sytuacja w windzie, zajmowanie miejsc przy stole, zajmowanie miejsc w samochodzie.

Ćwiczenie: Etykieta biznesowa - wymiana wizytówek służbowych.

Przebieg ćwiczenia.

- 1) Studenci projektują własną wizytówkę służbową dla dowolnie wybranego stanowiska służbowego i wybranej firmy. Należy zwrócić uwagę na elementy formalne wizytówki oraz aspekty wizualne.

2) Studenci odgrywają wybrane scenki wymiany wizytówek służbowych uwzględniając następujące warunki:

- inicjatywa wymiany wizytówek leży po stronie osoby wyższej rangą,
- osoba zajmująca niższe stanowisko nie powinna prosić o wizytówkę,
- gdy nie otrzymamy wizytówki swój bilet możemy podarować na wyraźną prośbę osoby wyższej rangą,
- moment wręczenia,
- sposób podania, sposób odbioru, podziękowanie.

Temat 14. KREOWANIE WIZERUNKU BIZNESOWEGO PRZEZ WYGLĄD – WIZERUNEK KOBIET I MĘŻCZYŹN, *DRESS CODE*

Słowa kluczowe: wizerunek własny, wizerunek osobisty, wizerunek biznesowy, dress code, dress code formalny, casual Friday

Struktura problematyki:

- Profesjonalny wizerunek: poczucie własnej wartości, wzrost pewności siebie, wzrost efektywności i jakości pracy.
- Wygląd: powierzchowność, aparycja, jak prezentujemy się zewnątrz
- Elementy wyglądu zewnętrznego: ubiór, dodatki do stroju, np. obuwie, biżuteria, galanteria skórzana, płaszcze, szale, apaszki, rękawiczki, okulary zegarek, fryzura, makijaż, zarost, wygląd dłoni i paznokci, zapach, ogólna postawa ciała.
- Dress code formalny.
- Dress code biznesowy.
- Dress code swobodny.
- Garderoba w wizerunku biznesowym i jej rodzaje: strój swobodny (*casual*), sportowa elegancja (*casual fridays*), strój dzienny, strój biurowy, strój wizytowy, *black tie*, *white tie*.
- Znaczenie barw, kontekst biznesowy.
- Typy urody i rekomendacje do ubioru.

Ćwiczenie: Określenie pożądanego wyglądu menedżera.

Przebieg ćwiczenia.

Studenci przygotowują i projektują elementy wyglądu menedżera: kompletny strój, dodatki, makijaż (w przypadku kobiet) do określonych sytuacji profesjonalnych:

- Codzienna praca w banku z klientami,
- Codzienna praca w agencji reklamowej,
- Spotkanie biznesowe z ważnym kontrahentem dużej firmy,
- Wieczorowa gala wręczenia nagród przedsiębiorczości,
- Przedstawiciel handlowy firmy farmaceutycznej,
- Bankiet firmowy z okazji jubileuszu,
- Obsługa klienta w *call center*.

Literatura podstawowa

1. Trojanowski M., *Prezentacje i wystąpienia w biznesie: istota, uwarunkowania, badania*, PWN, Warszawa 2019.
2. Grzesiak M., *Psychologia nauczania czyli jak skutecznie prowadzić szkolenia, zarządzać grupami i wystąpić przed publicznością*. Wydawnictwo Helion, Gliwice 2017.
3. Pease A., Barbara Pease B., *Odpowiedź jak przejść kontrolę nad własnym życiem i stać się tym, kim pragniesz być*. Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2017.

Literatura uzupełniająca

1. Beling A., *Sztuka wystąpień publicznych: jak się zaprezentować? co i jak mówić? jak umiejętnie wpływać na ludzi?* Harmonia Universalis, Gdańsk 2010.
2. Maj - Osytek M., *Komunikacja niewerbalna: autoprezentacja, relacje, mowa ciała*. Wydawnictwo Edgard, Warszawa 2014.
3. Trzeciak S., *Wizerunek publiczny w Internecie: kim jesteś w sieci?* Wydawnictwo Helion, Gliwice 2015.
4. Jendrzejczak E., *Korespondencja biurowa*. Oficyna Wyd. Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2006.
5. Kozioł L., *Zarządzanie czasem pracy*. Wyd. Antykwa, Kraków 2000.
6. Wojciszke B., *Psychologia społeczna*. Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2018.



**Zintegrowany
Program
Rozwoju
Politechniki
Lubelskiej -
część druga**

Materiały zostały opracowane w ramach projektu
„Zintegrowany Program Rozwoju Politechniki Lubelskiej – część druga”,
umowa nr **POWR.03.05.00-00-Z060/18-00**
w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020
współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego