



Budowanie marki osobistej

Personal Branding

Program studiów dla przedmiotu obowiązujący od cyklu kształcenia	2025/2026
Kierunek studiów	Marketing
Rok i semestr studiów	Rok III/ Semestr V
Poziom kształcenia	Studia I stopnia
Profil kształcenia na kierunku	Praktyczny
Moduł kształcenia dla przedmiotu	Specjalnościowy
Nazwa specjalizacji (jeśli przedmiot specjalizacyjny)	Komunikacja marketingowa

Forma zajęć	Liczba godzin		ECTS	Forma zaliczenia	Waga
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne			
Wykład	15	8	3	Egzamin	50%
Warsztat	30	16		Zaliczenie na ocenę	50%
Razem za zajęcia dydaktyczne	30	16			
Praca własna studenta	30	51			
Ogółem	75	75			

Cele kształcenia dla przedmiotu

1.	Zapoznanie studentów z celami i zakresem budowania marki osobistej
2.	Rozwój praktycznych umiejętności strategicznego budowania marki osobistej i efektywne promocyjne jej wykorzystanie

Efekty uczenia się

WIEDZA			
L.p.	Efekty przedmiotowe (Student zna i rozumie)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
W1	Student potrafi zdefiniować markę osobistą, rozpoznać jej znaczenie w życiu zawodowym oraz wskazać elementy składające się na jej autentyczność i spójność	MAR_WG03 MAR_WG05	Egzamin, dyskusja moderowana,
W2	Zna sposoby budowania strategii marki osobistej, w tym określenie misji, wartości i unikalnych cech	MAR_WG06 MAR_WG10	Egzamin, dyskusja moderowana,
W3	Potrafi wykorzystać nowoczesne kanały komunikacji, narzędzia techniki promocji w mediach społecznościowych	MAR_WK05	Egzamin, dyskusja moderowana,

UMIEJĘTNOŚCI			
L.p.	Efekty przedmiotowe (Student potrafi)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
U1	Potrafi w sposób krytyczny i twórczy opracować i wdrożyć strategię personal branding	MAR_UW02 MAR_UW05	Projekt indywidualny, analiza problemowa. Analiza studium przypadku.
U2	Potrafi skutecznie promować swoją markę w mediach społecznościowych	MAR_UW06 MAR_UU02	Analiza profilu online, prezentacja. Analiza studium przypadku.
U3	Potrafi w sposób przemyślany, odpowiedzialny i efektywny budować sieć kontaktów zawodowych	MAR_UU01	Ćwiczenia networkingowe, ogrywanie ról. Analiza studium przypadku.



KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
L.p.	Efekty przedmiotowe (Student jest gotów do)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
K1	Jest gotów świadomie zarządzać własnym wizerunkiem i reputacją	MAR_KK02 MAR_KO01 MAR_KO03	Autoewaluacja, feedback od grupy
K2	Jest gotów do etycznego i odpowiedzialnego kształtowania marki osobistej oraz budowania autorytetu w branży	MAR_KR01 MAR_KR02 MAR_KO03	Dyskusja moderowana, symulacje

Treści kształcenia

L.p.	Treść kształcenia (tematyka zajęć)	Liczba godzin			
		Wykłady		Warsztaty	
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Jakie mam talenty, mocne strony, pasje; - jak odkryć swój talent; - inspiracje do działania; - jakie są rodzaje talentów i które z nich możesz wykorzystać w pracy;	2	1	4	2
2.	Od czego zacząć budowanie marki osobistej; - wprowadzenie: definicja marki osobistej; - przykłady marek osobistych; - etapy budowania marki osobistej; - zdefiniowanie przekazu marki osobistej;	2	1	4	2
3.	SWOT osobisty – jak go przeprowadzić? - czym jest analiza SWOT; - na czym polega SWOT osobisty; - SWOT osobisty: przykłady;	2	1	4	2
4.	Mój "personal branding": - diagnoza obecnej marki osobistej; - zaplanowanie strategii budowania marki osobistej; - narzędzia, których potrzebuje silna marka osobista; - określanie grupy docelowej;	2	1	4	2
5.	Kolejne fazy: - rozwój marki osobistej; - jak unikać błędów niszczących markę osobistą; - analiza skuteczności strategii budowania marki osobistej;	2	1	3	2
6.	Kreatywna kreacja, czyli sposób na budowanie marki: - ćwiczenia na rozwijanie własnej kreatywności; - metoda design thinking; - tworzenie mapy myśli; - co to jest 2?	2	1	4	2
7.	Jak budować markę osobistą w internecie? - budowanie reputacji online; - wykorzystanie social media do budowy marki; - korzystanie z zasady 90-9-1;	2	1	4	2
8.	Korzyści z budowania marki osobistej: - silna marka osobista na dzisiejszym rynku pracy; - wpływ marki osobistej na rozwój kariery zawodowej; - wpływ budowania marki osobistej na finanse; - wiarygodność w content marketing.	1	1	3	2
Razem		15	8	30	16



Metody kształcenia

Forma zajęć	Metody kształcenia
Wykład	Wykład informacyjny z prezentacją multimedialną; Studia przypadków (case studies); Dyskusja moderowana
Warsztaty	Studium przypadku, Projekt indywidualny, Dyskusja i burza mózgów, Symulacje i odgrywanie ról, Analiza i optymalizacja wizerunku online, Zadania grupowe i networking, autoewaluacja

Warunki zaliczenia

Sposób zaliczenia	Wagi (%)	Wagi (%)
	Wykład	Warsztat
Egzamin pisemny	95	0
Przygotowanie i przedstawienie eseju / referatu / innej formy wypowiedzi pisemnej	0	30
Wykonanie zadań / ćwiczeń / projektu podczas zajęć	0	40
Wypowiedzi ustne podczas zajęć (np. w trakcie dyskusji, debaty)	5	30
Razem	100%	100%

Rozliczenie pracy własnej studenta

L.p.	Czynności w ramach pracy własnej	Szacowana liczba godzin	
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Przygotowanie do udziału w zajęciach (np. wstępna lektura, przygotowanie lub zgromadzenie materiałów, pomocy, przygotowanie referatu lub prezentacji na zajęcia itp.)	5	10
2.	Realizacja zadania projektowego poza zajęciami	5	5
3.	Przygotowanie pracy pisemnej poza zajęciami	5	5
4.	Lektura obowiązkowa	5	11
5.	Przygotowanie do egzaminu pisemnego	10	20
Razem		30	51

Literatura obowiązkowa

1.	Piotrowski P. (2020) Świadomość wizerunku. Klucz Personel Branding. Petrus
2.	Schawbel D. (2012). Personel branding 2.0. Cztery kroki do zbudowania osobistej marki. OnePress

Literatura uzupełniająca

1.	Kowal-Orczykowska A. (2022). PERSONAL BRANDING. Świadome kształtowanie wizerunku (wyd. II). CeWe
2.	Chimkowska A. (2022). Autentyczny personal branding, czyli silna marka osobista w praktyce. MT Biznes

Inne materiały dydaktyczne

1.	Prezentacje udostępnione przez prowadzącego zajęcia
2.	Wybrane artykuły z czasopism naukowych