

Zajęcia fakultatywne: kierunek **SOCJOLOGIA, II lub III, 2022/2023**

1	Nazwa zajęć po polsku i angielsku	„Storytelling” w badaniach marketingowych, czyli jak efektywnie opowiadać o wnioskach z badań.
2	Imię i nazwisko wykładowcy, tytuł/stopień naukowy	Mgr Agata Matuszewska-Pyc
3	Język wykładowy	polski
4	Strona WWW	
5	Semestr	Zimowy/Letni
6	Godzinowe ekwiwalenty punktów ECTS	Godziny kontaktowe (z udziałem nauczyciela akademickiego) Ćwiczenia 30h, 2 ECTS Konsultacje i zaliczenie 2h Łączna liczba godzin z udziałem nauczyciela akademickiego 32h Liczba punktów ECTS z udziałem nauczyciela akademickiego 1 Godziny niekontaktowe (praca własna studenta) Studiowanie literatury 10 h Przygotowanie się do zaliczenia 18h Łączna liczba godzin niekontaktowych 28h Liczba punktów ECTS za godziny niekontaktowe 1 Summaryczna liczba punktów ECTS 2
7	Wymagania wstępne	Brak
8	Opis zajęć	Zajęcia prowadzone przez doświadczoną badaczkę pracującą w firmach zajmujących się badaniami marketingowymi pozwolą studentom zdobyć i wytrenować jedną z kluczowych kompetencji w branży, jaką jest prezentowanie i opowiadanie o wynikach badań marketingowych, w szczególności jak podkreślać kluczowe informacje. Ćwiczenia tych umiejętności ma na celu sprawienie by słuchacze byli w stanie jak najwięcej zapamiętać i wdrożyć.
9	Zakres tematów	1. Cel prezentacji – określenie celu i audytorium. 2. Dopasowanie prezentowanych treści do audytorium. 3. Struktura raportu z wynikami badania, a struktura prezentacji – różnice. 4. Proces przygotowania prezentacji. 5. Narzędzia i metody prezentacji uatrakcyjnijające odbiór materiału. 6. Sposób mówienia – od dykcji do retoryki w praktyce 7. Emocje podczas prezentacji. 8. Komunikacja werbalna i niewerbalna. 9. Dyskusja podczas prezentacji. 10. Pytania i odpowiedzi – radzenie sobie z obiekcjami. 11. Błędy popełniane podczas prezentacji. 12. Ćwiczenia praktyczne – trening umiejętności. 12. Ćwiczenia praktyczne – trening umiejętności. 13. Ćwiczenia praktyczne – trening umiejętności. 14. Ćwiczenia praktyczne – trening umiejętności. 15. Ćwiczenia praktyczne – trening umiejętności.
10	Literatura (z podziałem na obowiązkową i uzupełniającą)	Literatura obowiązkowa: 1. Anderson C., TED Talks, oficjalny poradnik TED. Jak przygotować wystąpienie publiczne, Wydawnictwo Bez Maski, Wrocław 2018 2. Gallo C., Steve Jobs. Sztuka prezentacji. Jak świetnie wypaść przed każdą publicznością . Znak, Kraków 2011 3. Gronbeck B.E., German K., Ehninger D., More A.H., Zasady

		komunikacji werbalnej, Zysk i S-ka, Poznań 2001 4. Pohm M., Błąd PowerPointa. Jeszcze prezentujesz, czy już fascynujesz?, Studio Emka, Warszawa 2009. 5. Jabłonowska L., Wachowiak P., Winch S., Sztuka prezentacji. Teoria i praktyka, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2019 Literatura uzupełniająca: 1. Pease A., Pease B., Mowa ciała, Dom Wydawniczy Rebis, 2019 2. Rzędowska A., Rzędowski J., Mówca doskonały. Wystąpienia publiczne w praktyce (wydanie II). Helion, Gliwice 2018
11	Efekty uczenia się z przyporządkowaniem do efektów uczenia się kierunkowych	Efekty dla Socjologii: Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu wybrane fakty, obiekty i zjawiska z zakresu subdyscyplin socjologicznych oraz pozostałe szczegółowe zagadnienia społeczne (K_W02) P6U_W P6S_WG Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę socjologiczną w warunkach przewidywalnych i wymagających niestandardowych rozwiązań (K_U01) P6U_U P6S_UW Potrafi dyskutować na tematy społeczne i krytycznie oceniać stanowiska innych dyskutantów (K_U06) P6U_U P6S_UK
12	Sposób weryfikacji efektów uczenia się (oddzielnie dla każdego efektu)	Dla socjologii: K_W02: na podstawie wykonanej prezentacji na forum grupy K_U01: na podstawie wykonanej prezentacji na forum grupy K_U06: na podstawie wykonanej prezentacji na forum grupy
13	Metody dydaktyczne	Wykłady konwersatoryjne, studium przypadku, metoda projektu
14	1 Metody oceniania 2 Kryteria oceniania	Ocena prezentacji studenta, kryterium oceny jest stopień zastosowania się podczas prezentacji do omówionych podczas zajęć cech dobrej prezentacji