



| | | |
|---|---|--|
|  | Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu | |
| | Szkola Doktorska Nauk o Języku i Literaturze | |
| |  | |
| | MARKA WŁASNA W NAUCE | |
| dr Patrycja Pelc | | |
| Dziedzina/ dyscyplina | Nauki humanistyczne / językoznawstwo + literaturoznawstwo + polonistyka | |
| Rodzaj zajęć | warsztat | |
| Język wykładowy | język polski | |
| Liczba godzin + forma zaliczenia | 15 godzin / zaliczenie na ocenę | |
| Cel zajęć | <ul style="list-style-type: none"> • Zbudowanie profilu badacza otwartego i atrakcyjnego rynkowo • Tworzenie profesjonalnej sieci znajomości oraz wymiana poglądów i osiągnięć online • Racjonalne i efektywne gospodarowanie naukowym portfolio i jego popularyzacja | |
| Treści kształcenia | <ul style="list-style-type: none"> • Personal branding - jak zadbać o profesjonalny wizerunek badacza i popularyzatora nauki w sieci. • Narzędzia komunikacji online niezbędne w budowaniu marki własnej. • Szczególna rola podcastu w tworzeniu naukowego contentu. • LinkedIn jako branżowa wizytówka. • Innowacje edukacyjne w humanistyce. | |
| Wymagania wstępne | | |
| Efekty uczenia się | | |
| | Metody weryfikacji | |
| W zakresie wiedzy: Osoba, która zrealizowała przedmiot, zna i rozumie: | | |

| | |
|---|------------------------------------|
| <p>osiągnięcia światowej nauki w ramach dyscypliny, w której odbywa się kształcenie, a także paradygmaty i kierunki rozwoju tej dyscypliny, w sposób, który umożliwia twórcze i nowatorskie ich rozwinięcie oraz ich weryfikację w ramach podejmowanych projektów badawczych [E_W01]</p> <p>zasady upowszechniania wyników działalności naukowej, metodami tradycyjnymi oraz w trybie otwartego dostępu [E_W03]</p> <p>podstawowe zasady transferu wiedzy do sfery gospodarczej i społecznej oraz komercjalizacji wyników działalności naukowej [E_W06]</p> | <p>Studium przypadku, dyskusja</p> |
| <p>W zakresie umiejętności: Osoba, która zrealizowała przedmiot, potrafi:</p> <p>efektywnie pozyskiwać informacje związane z działalnością naukową, z różnych źródeł, również w językach obcych oraz dokonywać właściwej selekcji, krytycznej analizy oraz interpretacji tych informacji; ponadto potrafi dokonać oceny ich znaczenia dla rozwoju nauki [E_U02]</p> <p>dokonywać transferu wyników działalności naukowej do sfery społeczno-gospodarczej, we współdziałaniu z instytucjami z otoczenia społecznego i gospodarczego [E_U03]</p> <p>prezentować wyniki swoich badań oraz inicjować i prowadzić dyskusje naukowe w języku polskim i obcym [E_U06]</p> <p>samodzielnie planować swój rozwój, zarówno w zakresie aktywności naukowej i akademickiej, jak i innych aktywności zawodowych oraz inspirować i stymulować rozwój innych osób [E_U08]</p> | <p>Studium przypadku, dyskusja</p> |
| <p>W zakresie kompetencji społecznych: Osoba, która zrealizowała przedmiot, jest gotowa do:</p> <p>wypełniania zobowiązań społecznych jako badacz; inicjowania działań na rzecz interesu publicznego, m.in. poprzez właściwe upowszechnianie w społeczeństwie osiągnięć nauki. Ponadto jest gotowa do podejmowania działań prowadzących do rozwoju obywatelskiego społeczeństwa opartego na wiedzy [E_K03]</p> <p>myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, kreowania nowych idei i poszukiwania – we współdziałaniu z osobami reprezentującymi inne dyscypliny – innowacyjnych rozwiązań, do podejmowania wyzwań w sferze naukowej i publicznej oraz ponoszenia odpowiedzialności za skutki swoich decyzji [E_K04]</p> <p>ciągłego podnoszenia kompetencji zawodowych i osobistego rozwoju poprzez śledzenie i analizowanie najnowszych osiągnięć związanych z reprezentowaną dyscypliną naukową [E_K05]</p> | <p>Studium przypadku, dyskusja</p> |

| | |
|-------------------------------|---|
| Literatura | <ul style="list-style-type: none">• M. Grzesiak, Personal branding, czyli jak skutecznie zbudować autentyczną markę osobistą, Gliwice 2019.• N. Osica, W. Niedzicki, Sztuka promocji nauki. Praktyczny poradnik dla naukowców, Warszawa 2020.• W. Breitbarth, W sieci korzyści. Jak wykorzystać LinkedIn w kontaktach zawodowych, Gliwice 2020. |
| Szczegółowe informacje | |