

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Talent autoprezentacji
Sztuka zaprezentowania własnej osoby

dr Marek Zieliński

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
26 maja 2011 r.

Organizatorzy

Partner strategiczny



NBP
Narodowy Bank Polski

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

centrumB2B 

Dr Marek Zieliński



Adiunkt w Katedrze Strategii Marketingowych na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu, partner CentrumB2B, współpracownik WSB, kierownik Studium Podyplomowego Komunikacji i Promocji w Biznesie



WSB Wielkopolska Szkoła Biznesu przy Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu

 Smart Business Solutions

 UNIWERSYTET EKONOMICZNY
W POZNANIU

 **advertiva**
agencja reklamowa

 **SBS Pharma**

Agenda

1. Pojęcie autoprezentacji
2. Rola komunikacji w autoprezentacji
3. Komunikacja pozawerbalna
4. Aktywne słuchanie
5. Komunikacja werbalna



Autoprezentacja = manipulowanie wrażeniem

- Proces kontrolowania przez jednostkę sposobu, w jaki postrzegana przez otoczenie
- Czy szata zdobi człowieka?
- Wzajemne ludzkie reakcje opierają się na powierzchownych wrażeniach
- Autoprezentacja autentyczna, fałszywa, wybiórcza



Motywy manipulacji wywieranym wrażeniem

- ☑ Związek wrażenia wywieranego na innych z możliwościami realizacji własnych celów
- ☑ Wartość pożądanego celu
- ☑ Rozbieżność między wizerunkiem pożądanym i rzeczywistym



Poziomy kontroli przekazywanego wizerunku

- ☑ Nieświadomość wywieranego wrażenia
- ☑ Podświadome sprawdzanie wywieranego wrażenia
- ☑ Świadomość wywieranego wrażenia
- ☑ Koncentrowanie się na wywieranym wrażeniu



Czynniki wpływające na wizerunek

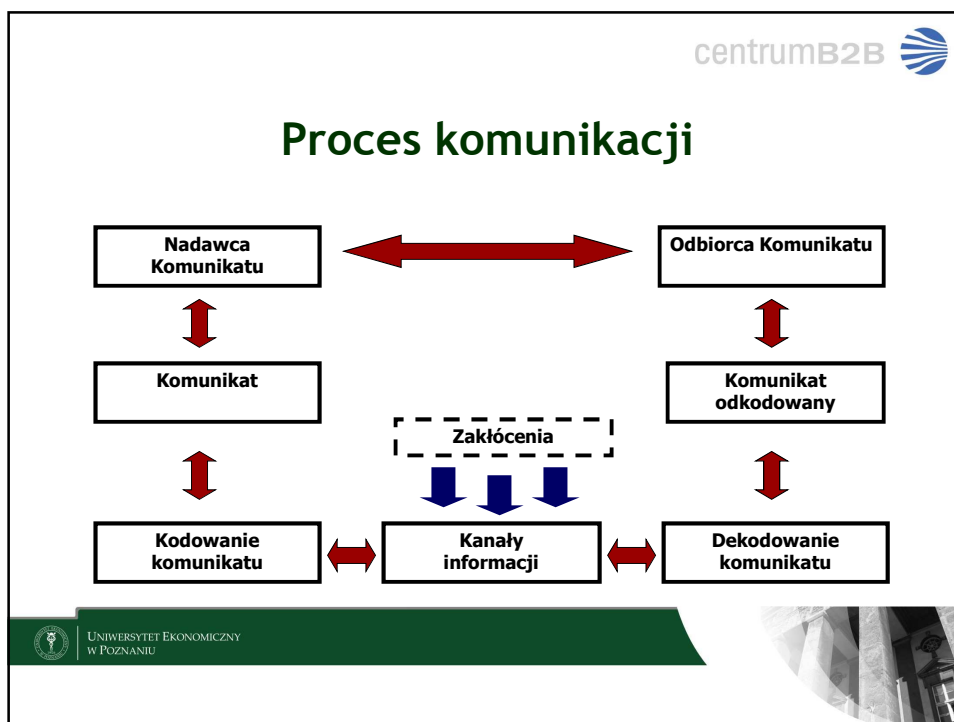
1. Cechy fizyczne
2. Komunikacja pozawerbalna
3. Styl komunikowania
4. Przeszłość
5. Kompetencje
6. Najbliższe otoczenie
7. Stan posiadania




Pożądane i niepożądane wrażenia

- | | |
|----------------------|-----------------|
| 👍 Przyjacielski/miły | 👎 Nudny |
| 👍 Inteligentny | 👎 Zarozumiały |
| 👍 Atrakcyjny | 👎 Głupi |
| 👍 Towarzyski | 👎 Nieprzyjemny |
| 👍 Otwarty | 👎 Powierzchowny |
| 👍 Szczery | 👎 Egocentryczny |
| 👍 Dowcipny | 👎 Nieatrakcyjny |
| 👍 Opiekuńczy | 👎 Małoduszny |
| 👍 Komunikatywny | |





centrumB2B 

Podstawy skutecznej komunikacji

1. Poziomy przekaz
2. Fachowe terminy

Nie ważne jest to co zostało powiedziane,
nieważne jest jak to zostało powiedziane, ważne
jest jak to zostało odebrane.

UNIWERSYTET EKONOMICZNY
W POZNANIU

Formy komunikacji

1. komunikacja werbalna:
 - językowa
 - głosowa
2. komunikacja pozawerbalna:
 - mowa ciała
 - wygląd zewnętrzny
 - zarządzanie przestrzenią
 - aktywne słuchanie

