



REZULTAT 4

Perfect Project sp. z o.o. Białystok

**SYSTEM SZKOLEŃ UMIEJĘTNOŚCI ZAWODOWYCH W
OBSZARACH: KOMUNIKACJA, ETYKA W BIZNESIE
I TECHNOLOGIE ICT**

Białystok 2014 – 2017

I. KURS: KOMUNIKACJA

Aneta Brzostek, Justyna Fidrocka

1. Opis kursu

Kurs podkreśla rolę komunikacji na drodze do osiągnięcia zawodowego i osobistego sukcesu. Obejmuje szereg zagadnień dotyczących komunikacji oraz skutecznych form i narzędzia komunikowania się. Wiedza na temat asertywności, aktywnego słuchania czy barier komunikacyjnych z pewnością pomoże wybrnąć z niejednej trudnej sytuacji w życiu zawodowym lub osobistym.



Szkolenie skierowane jest do osób, dla których komunikacja pełni w codziennej pracy bardzo ważną rolę, zajmujących się obsługą klienta lub sprzedażą. Kurs będzie pomocny również tym, którzy chcą podnieść jakość swoich działań i relacji międzyludzkich poprzez rozwój umiejętności komunikacyjnych.

2. Cele kursu: główny i szczegółowe

2.1 **Celem głównym** jest zapoznanie uczestników kursu z zagadnieniami komunikacji oraz pogłębienie wiedzy z obszaru postaw i zachowań biznesowych, obsługi klienta i sprzedaży.

2.2 Cele szczegółowe:

Po zakończeniu kursu uczeń będzie potrafił:

- rozróżnić rodzaje komunikacji oraz wskazać zasady skutecznego porozumiewania się;
- dostosować komunikację do otoczenia, typów rozmówców, stosować odpowiednią mowę ciała;
- wskazać, czym jest empatia, asertywność i postrzeganie wybiórcze;
- reagować właściwie na krytykę i stres;

- wskazać, czym jest profesjonalna obsługa klienta, sprzedaż, typy klientów;
- używać nowoczesnych narzędzi komunikacji w życiu prywatnym i zawodowym;
- korzystać z fachowej literatury oraz źródeł internetowych w zakresie komunikacji.

3. Forma kursu

Kurs jest przewidziany do realizacji w ciągu 30 godzin (prowadzony w formie online). Każdy moduł zawiera instrukcję „kolejnych kroków”.

Kurs zawiera takie zasoby i aktywności jak:

- narzędzia komunikacyjne (czat, forum dyskusje, e-mail, głosowanie);
- materiały edukacyjne (e-podręczniki, słowniki pojęć, prezentacje multimedialne, filmy instruktażowe);
- ćwiczenia i zadania praktyczne (wystąpią w formie otwartej i będą wymagały pracy własnej i kontaktu z prowadzącym);
- testy uczące i sprawdzające.

4. Treści kształcenia

Część I kursu zawiera następujące treści kształcenia:

1. Wstęp do komunikacji interpersonalnej:
 - Efektywna komunikacja,
 - Komunikacja werbalna,
 - Komunikacja niewerbalna,
 - Zasady skutecznego porozumiewania się,
 - Zależności przestrzenne,
 - Empatia.
2. Dostosowanie się i prowadzenie rozmowy w poprawnych relacjach z otoczeniem:
 - Instynktowne odzwierciedlanie,
 - „Język” rozmówcy,
 - „Mapa świata wewnętrznego”.
3. Język ciała a relacje z otoczeniem:

- Znaczenie mowy ciała,
- Kłamstwo a mowa ciała.
- 4. Pierwsze wrażenie a stereotypy:
 - Nastawienie rozmówcy a pierwsze wrażenie,
 - Stereotypy,
 - Spostrzeganie wybiórcze.
- 5. Aktywne słuchanie w tym słuchanie empatyczne:
 - Emocje,
 - Trzy elementy dobrego słuchania,
 - Istota parafrazy.
- 6. Asertywność w relacjach z otoczeniem (w tym konstruktywna krytyka):
 - Istota asertywności,
 - Rodzaje zachowań,
 - Rodzaje krytyki,
 - Reakcja na krytykę i agresję.
- 7. Kreatywność – sposoby jej pobudzania:
 - Kreatywne myślenie,
 - Postrzeganie świata a wpływ osobowości,
 - Idea Killers w pracy zespołowej,
 - Autoocena i samokontrola,
 - Motywacja twórcza.
- 8. Stres jako główna bariera pobudzania kreatywności:
 - Istota stresu,
 - Reakcja ciała na stres,
 - Nawyki i przekonania.
- 9. Sposoby i techniki radzenia sobie ze stresem:
 - Sport,
 - Właściwa dieta,
 - Otoczenie.

Część II kursu zawiera:

- 1) Profesjonalna obsługa klienta:
 - Dobór odpowiednich sposobów obsługi klienta,
 - Znaczenie jakości właściwej obsługi klienta.

- 2) Klient a efektywność biznesu.
- 3) Etapy pro klienckiego modelu sprzedaży:
 - Wzbudzenie zaufania,
 - Analiza potrzeb klienta,
 - Propozycje i możliwości rozwiązania problemów,
 - Potwierdzenie i zamknięcie sprzedaży,
 - Kontakt posprzedażowy,
 - Proces sprzedaży – podsumowanie.
- 4) Psychologiczne typy klientów:
 - Postrzeganie różnych typów klientów,
 - Metody postępowania z klientami.

Część III kursu zawiera:

- 1) Jak działają Social media?
 - Facebook,
 - Youtube,
 - Instagram,
 - Twitter,
 - Snapchat,
 - LinkedIn.
- 2) Jak wykorzystać marketing internetowy w „tradycyjnym” biznesie?
- 3) Jakie innowacje wprowadzać w działalności gospodarczej?
 - Innowacyjność jako kluczowy czynnik rozwoju firm,
 - Wpływ innowacyjności na konkurencyjność przedsiębiorstw.

5. Wymagania merytoryczne

Od uczniów uczestniczących w szkoleniu oczekuje się znajomości obsługi komputera w podstawowych programów komputerowych, Internetu i platformy e-learningowej.

6. Wymagania techniczne

Uczestnik kursu powinien posiadać: komputer lub urządzenie mobilne z dostępem

do Internetu. Na stronie kursu zostaną podane wymagania techniczne oraz wykaz oprogramowania (freeware) niezbędnego do korzystania z materiałów kursu):

- Adobe Acrobat -<https://get.adobe.com/pl/reader/>
- VLC Media Player - <https://www.videolan.org/vlc/>
- Movie Maker - <http://windows.microsoft.com/plpl/windows/get-movie-maker-download>.

7. Zasady uczestnictwa

Uczestnik e-kursu zapoznaje się z informacjami zawartymi w blokach lekcyjnych, odpowiada na pytania kontrolne oraz rozwiązuje quiz podsumowujący. W przypadku zadań otwartych przesyła swoją pracę na serwer w celu sprawdzenia jej przez nauczyciela. W razie potrzeby uczestnik kontaktuje się z prowadzącym kurs mailowo.

8. System zaliczenia

Warunkiem ukończenia kursu jest uczestnictwo we wszystkich punktowanych aktywnościach.

Opracowano na podstawie materiałów zamieszczonych na Platformie MOODLE:

<http://ekonomik->

[lomza.moodle.org.pl/pluginfile.php/2680/mod_resource/content/1/Sylabus-%20Aneta%20Brzostek%20-%20KOMUNIKACJA.pdf](http://ekonomik-lomza.moodle.org.pl/pluginfile.php/2680/mod_resource/content/1/Sylabus-%20Aneta%20Brzostek%20-%20KOMUNIKACJA.pdf)

(dostępne: 22.03.2017r.)

II. KURS: ETYKA W BIZNESIE

Joanna Michałowska, Cezary Michałowski

1. Opis kursu

Każdy z nas kieruje się w życiu prywatnym pewnymi zasadami to nic innego jak zasady etyczne. Tak samo powinno być w życiu zawodowym, ze względu na obiektywne korzyści płynące z etycznego postępowania. Na szkoleniu „Etyka w biznesie” dowiesz się, że biznes może być etyczny a zarazem opłacalny oraz rozwiniesz w sobie umiejętności odnoszenia zasad moralnych do praktyki.



Kurs adresowany jest do uczniów szkół ponadgimnazjalnych z trzech szkół partnerskich, które biorą udział w projekcie „Międzynarodowe partnerstwo na rzecz poprawy jakości nauczania w szkołach zawodowych”, a także wszystkich, którzy pragną nauczyć się etycznego postępowania w biznesie.

Przedmiotem kursu jest zapoznanie z:

- zakresem i celami etyki biznesu,
- przykładami postępowania etycznego i nieetycznego w firmach, a na tej podstawie ukształtowania postawy etycznej przyszłych pracowników, pracodawców, menedżerów,
- z kodeksem etycznym firm.

Korzyści z uczestnictwa w kursie:

- usystematyzowanie wiedzy na temat postaw etycznych w biznesie tak, aby postępowanie etyczne nie było tylko intuicyjne,
- poznanie korzyści płynących z etycznego postępowania w firmie z pozycji: pracownik, pracodawca, menedżer,
- poznanie korzyści płynących z etycznego postępowania na poziomach: mikro, mezo, makro i globalnym.

Uczestnictwo w kursie polega na:

- zalogowaniu się do platformy e-learningowej,
- przyswojeniu informacji zawartych w kursach zamieszczonych na platformie MOODLE,
- wykonaniu ćwiczeń przewidzianych w kursie.

2. Cele kursu: główny i szczegółowe

2.1. **Celem głównym** jest poznanie głównych zasad etycznych obowiązujących w biznesie i wykształcenie postawy etycznej przyszłych pracowników, menedżerów i pracodawców.

2.2. Cele szczegółowe:

Po ukończeniu kursu uczestnik umie:

- 1) Podać przykłady etycznego i nieetycznego zachowania pracowników w firmie.
- 2) Podać przykłady etycznego i nieetycznego zachowania pracodawcy / menedżera w firmie.
- 3) Dokonać analizy etycznego i nieetycznego zachowania pracownika w kontekście zysków i strat firmy.
- 4) Dokonać analizy etycznego i nieetycznego zachowania pracodawcy / menedżera w kontekście zysków i strat firmy.
- 5) Reagować na nieetyczne zachowania osób.
- 6) Opracowywać kodeks etyczny.
- 7) Rejestrować własność intelektualną i przemysłową.
- 8) Wymienić argumenty przemawiające za społeczną odpowiedzialnością biznesu.

3. Forma kursu

Kurs przewidziany jest do przeprowadzenia w formie online w ilości 30 godzin. Każdy moduł kursu zawiera instrukcję „kolejnych kroków”.

W kursie znajdują się następujące zasoby i aktywności:

- narzędzia komunikacyjne,
- materiały edukacyjne,

- ćwiczenia/zadania praktyczne,
- testy uczące i sprawdzające.

Treści nauczania w poszczególnych blokach stanowią integralną całość i powinny być przeprowadzone w ustalonej kolejności. Zadania będą oceniane w skali punktowej zgodnie z poprawnością wykonania zadania.

4. Treści kształcenia

4.1. Blok I: Zakres i cel etyki biznesu oraz podstawowe pojęcia z nią związane.

Tematy:

1. Zakres i cel etyki biznesu.

a) Definicja etyki.

b) Definicja etyki biznesu: nauka zajmująca się zagadnieniami moralnymi i etycznymi życia gospodarczego.

c) Podstawowe wartości etyczne w biznesie.

d) Poziomy rozważań:

- Mikro – problemy moralne wynikające z zachowań osób i indywidualnych działań,
- Mezo – problemy przedsiębiorstwa, odpowiedzialność zarządzaniem, Makro- moralna ocena działania rynku, ocena funkcjonowania zasady sprawiedliwości
- Globalny – odpowiedzialność przedsiębiorstw w skali globalnej.

e) Płaszczyzny działania:

- Etyka opisowa – odpowiada na pytanie: jaki jest stan faktyczny moralności danej grupy społecznej w danym czasie?
- Etyka normatywna – odpowiada na pytanie: jak powinno być, jakie zasady powinny obowiązywać?
- Etyka krytyczna – zajmuje się uzasadnianiem decyzji.

f) Cele etyki biznesu:

- Podejmowanie decyzji uzasadnionych ekonomicznie i etycznie,
- Rozwiązywanie konfliktów etycznych,
- Opracowanie wspólnych reguł dla stron konfliktu,
- Etyczna analiza zobowiązań zawodowych,

- Racjonalność – kalkulacja zysków i strat dotyczących indywidualnych pracowników, firmy, interesów lokalnych, regionalnych, a nawet globalnych.
- g) Postawa etyczna: kodeks etyczny firmy.
- h) Identyfikacja kluczowych wartości w biznesie.
- i) Podmioty etyki biznesu:
- Etyczny pracodawca,
 - Etyczny pracownik,
 - Klienci.
2. Wpływ etyki na zyski w firmie. Przykłady etycznego i nieetycznego zachowania w firmie oraz wpływ na wypracowywane zyski lub ponoszone z tego tytułu straty.

4.2 Blok II: Menedżer.

Tematy:

3. Menedżer w biznesie:

- a) Kim jest menedżer?
- b) Jakie są obszary zarządzania?
- c) Jakie są główne role menedżera: interpersonalna, komunikacyjna, decyzyjna?

4. Skuteczny menedżer:

- a) Samodyscyplina,
- b) Poczucie własnej wartości,
- c) Asertywność,
- d) Empatia,
- e) Dyrektywność,
- f) Umiejętność zarządzania emocjami i rozładowywania konfliktów,
- g) Umiejętność negocjacji,
- h) Umiejętność stawiania celów sobie i innym,
- i) Umiejętność motywowania,
- j) Odporność na stres,
- k) Dobra kondycja psychofizyczna.

5. Etyka menedżera:

- a) Cechy menedżera: uczciwość, mądrość, sprawiedliwość, ochrona środowiska, wysoka kultura osobista, troska o wszystkich podwładnych, szacunek dla każdego człowieka, słuchanie tak, aby pracownik czuł się wysłuchany, przestrzeganie praw pracownika.

- b) Dokumenty opisujące prawa człowieka i pracownika.
6. Etyczny menedżer- studium przypadku.

4.3 Blok III: Pracodawca.

Tematy:

7. Obowiązki pracodawcy wobec pracownika:
- a) Poszanowanie godności i dóbr osobistych pracownika,
 - b) Terminowe i prawidłowe wypłacanie wynagrodzenia,
 - c) Zaznajomienie pracowników z zakresem obowiązków,
 - d) Właściwa organizacja czasu pracy,
 - e) Przeciwdziałanie dyskryminacji,
 - f) Ułatwianie pracownikom podnoszenia kwalifikacji,
 - g) Obiektywna i sprawiedliwa ocena pracy,
 - h) Kształtowanie zasad współzycia,
 - i) Przeciwdziałanie mobbingowi,
 - j) Przestrzeganie zasad BHP.
8. Firma równych szans.
- a) Rekrutacja:
 - Zasada równości płci w rozmowach kwalifikacyjnych,
 - Zasada równości płci w ogłoszeniach o pracę,
 - Wynagrodzenia kobiet i mężczyzn,
 - Różnice wynagrodzenia według stanowisk,
 - Świadczenia niepieniężne.
 - b) Dostęp do szkoleń i awansów, wpływ sytuacji rodzinnej na udział w szkoleniach i dostęp do awansów.
 - c) Ochrona przed zwolnieniami, gwarancja powrotu do pracy po okresie dezaktywizacji, gwarancja ochrony stosunku pracy kobiet w ciąży i na urlopie macierzyńskim.
 - d) Rozwiązania łączenia obowiązków zawodowych z rodzinnymi.
9. Firma równych szans – studium przypadku.
10. Uczciwe umowy:
- a) Zawieranie umów z pracownikami,
 - b) Zawieranie umów z klientami,
 - c) Zawieranie umów z podwykonawcami,
 - d) Zawieranie umów z pracownikami,
 - e) Zawieranie umów z klientami,
 - f) Zawieranie umów z podwykonawcami.

11. Nieetyczne zachowania pracodawcy:
 - a) Dyskryminacja w miejscu pracy,
 - b) Molestowanie seksualne,
 - c) Mobbing,
 - d) Podśluchiwanie pracowników,
 - e) Nieterminowe wypłacanie wynagrodzenia,
 - f) Agresja słowna,
 - g) Łamanie zasad BHP,
 - h) Zaniżanie wynagrodzenia.
12. Nieetyczne zachowanie pracodawcy- studium przypadku.
13. Mobbing w zakładzie pracy.
 - a) Czym jest mobbing?
 - b) Gdzie występuje mobbing?
 - c) Etapy mobbingu.
 - d) Skutki mobbingu.
 - e) Przeciwdziałanie mobbingowi.
14. Mobbing- studium przypadku.
15. Jak zbudować kulturę etyczną w firmie? Działania tworzące kulturę etyczną w firmie.
16. Etyka e-biznesu.

4.4 Blok IV: Pracownik.

Tematy:

17. Etyczny pracownik:
 - a) Uczciwość,
 - b) Sumienność,
 - c) Przestrzeganie praw i obowiązków,
 - d) Dbłość o mienie firmy,
 - e) Zaangażowanie,
 - f) Współpraca z innymi pracownikami,
 - g) Dbłość o klientów firmy,
 - h) Whistleblowing.
18. Etyczne zachowanie pracownika – studium przypadku.
19. Nieetyczne zachowania pracownika:
 - a) Oszukiwanie w pracy,
 - b) Marnowanie surowców,
 - c) Celowe niszczenie mienia,
 - d) Brak zaangażowania, bierna postawa,

- e) Nadużywanie zwolnień lekarskich,
- f) Opuszczanie pracy,
- g) Działanie na niekorzyść innych pracowników,
- h) Defraudowanie mienia firmy,
- i) Przywłaszczanie rzeczy innych pracowników.

20. Nieetyczne zachowanie pracownika – studium przypadku.

4.5 Blok V. Zdobywanie uczciwych zysków.

Tematy:

21. Klienci. Odpowiedzialność firmy wobec konsumenta.

- a) Jakość wyrobu,
- b) Rzetelna informacja o wadach i zaletach towaru,
- c) Opakowanie wyrobu,
- d) Bezpieczeństwo konsumenta,
- e) Dostarczanie produktów i usług po niezawyżonych cenach,
- f) Przestrzeganie zasad poufności,
- g) Sporządzanie umów sprzedaży niezawierających ukrytych zapisów,
- h) Uwzględnianie reklamacji,
- i) Ochrona praw konsumenta. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

22. Ochrona praw konsumenta – studium przypadku.

23. Zdobywanie uczciwych zysków. Korupcja. Konkurencja rynkowa.

- a) Istota korupcji,
- b) Korupcja gospodarcza,
- c) Korupcja majątkowa a osobista,
- d) Kto jest karany za korupcję?
- e) Kary grożące za korupcję,
- f) Walka z korupcją,
- g) Działanie przeciw korupcji- GRECO.

24. Lobbying. Grupy nacisku.

- a) Czym jest lobbying?
- b) Etyka zawodowa lobbystów.

25. Własność intelektualna. Własność przemysłowa.

- a) Pojęcie własności intelektualnej,
- b) Pojęcie własności przemysłowej,
- c) Prawa własności przemysłowej,

- d) Ograniczenia dotyczące praw własności przemysłowej,
- e) Rejestracja praw własności przemysłowej,
- f) Naruszenie własności intelektualnej.

26. Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR). Odpowiedzialność biznesu jako emanacji funkcjonowania społeczeństwa.

4.6 Blok VI. Kodeksy etyczne.

Tematy:

27. Kodeksy etyczne wybranych grup zawodowych.

- a) Czym jest kodeks etyczny?
- b) Jakie informacje powinien zawierać kodeks etyczny?

28. Tworzenie kodeksów etycznych wybranych grup zawodowych – ćwiczenia praktyczne.

5. Wymagania merytoryczne

Uczestnik kursu powinien posiadać podstawowe umiejętności obsługi komputera i posługiwania się Internetem.

6. Wymagania techniczne

Uczestnik kursu powinien posiadać: komputer (smartfon lub tablet) z dostępem do Internetu.

7. Zasady uczestnictwa

Uczestnik e-kursu zapoznaje się z informacjami zawartymi w blokach, odpowiada na pytania kontrolne, sprawdzające, rozwiązuje quizy. W przypadku zadań otwartych przesyła swoją pracę na serwer w celu sprawdzenia jej przez nauczyciela. W razie potrzeby uczestnik kontaktuje się z prowadzącym kurs. Ma możliwość wypowiedzi na forum.

8. System zaliczenia

Warunkiem ukończenia kursu jest uczestnictwo we wszystkich punktowanych aktywnościach.

*Opracowano na podstawie materiałów zamieszczonych na Platformie MOODLE:
http://ekonomik-lomza.moodle.org.pl/pluginfile.php/5799/mod_resource/content/1/Sylabus%20-%20Etyka%20biznesu.pdf (dostępne: 22.03.2017r.)*

III. KURS: Technologie informatyczne i komunikacyjne

Anna Krawczuk, Katarzyna Gagan

1. Opis kursu

Kompetencje ICT to kompetencje wymieniane jako kluczowe przez Unię Europejską. ITC obejmują umiejętności wykorzystywania technologii informacyjnych w nauce, pracy, rozrywce. To podstawowe umiejętności w zakresie wykorzystywania komputerów do pozyskiwania, oceny, przechowywania, tworzenia, prezentowania i wymiany informacji oraz do porozumiewania się i uczestnictwa w sieciach współpracy za pośrednictwem Internetu, w życiu osobistym, społecznym zawodowym. Wykorzystywanie narzędzi do tworzenia i prezentowania informacji, zdolność wyszukiwania i korzystania z informacji w Internecie, to wsparcie krytycznego myślenia, kreatywności i innowacji każdego z nas.



Kurs kierowany jest do osób, które chcą podnieść swoje umiejętności zakresie ICT.

Obejmuje on 4 bloki tematyczne: zasoby i aplikacje „w chmurze”, tworzenie dokumentów firmowych w edytorze tekstu, obliczenia i statystyka, narzędzia do prezentacji i promocji zawodowych osiągnięć. W kursie zaproponowane zostały aplikacje komputerowe oraz usługi i zasoby „w chmurze”, a także media społecznościowe. Ich wykorzystanie usprawni i uatrakcyjni pracę oraz zapewni oszczędność miejsca na dysku komputera. Aplikacje dostępne „w chmurze” pozwalają na pracę w rozproszonym środowisku, gdzie dane nie są „uwiązane” w żadnym konkretnym urządzeniu, są w sieci wirtualnej „chmury”, do której można sięgnąć z dowolnego miejsca, za pomocą dowolnego urządzenia sieciowego, bez synchronizacji miejsca i czasu.

2. Cele kursu: główny i szczegółowe

2.1 Cel główny:

Podniesienie kompetencji cyfrowych i informacyjnych uczniów z wykorzystaniem innowacyjnych technologii multimedialnych i mobilnych.

2.2 Cele szczegółowe:

Po zakończeniu kursu uczeń umie:

- wykorzystać aplikacje i usługi działające w „chmurze”,
- tworzyć dokumenty firmowe w edytorze tekstu,
- stosować formuły i funkcje w arkuszu kalkulacyjnym,
- zaprezentować dane statystyczne w sposób graficzny,
- opracować i zaprezentować prezentację multimedialną,
- wykorzystać serwisy społecznościowe i blogi do promocji firmy,
- pracować w grupie.

3. Forma kursu

Kurs przewidziany jest do przeprowadzenia w formie online w ilości 30 godzin. Każdy moduł kursu będzie zawierał instrukcję „kolejnych kroków”. W kursie znajdą się następujące zasoby i aktywności:

- narzędzia komunikacyjne (czat, forum dyskusyjne, e-mail, głosowanie, webinaria),
- materiały edukacyjne (e-podręczniki, słowniki pojęć, prezentacje multimedialne, filmy instruktażowe),
- ćwiczenia/zadania praktyczne (wystąpią w formie otwartej i będą wymagały przesłania pliku),
- testy uczące i sprawdzające.

Treści nauczania w poszczególnych modułach będą stanowiły integralną całość i powinny być przeprowadzone w ustalonej kolejności. Zadania praktyczne umożliwią nabycie umiejętności posługiwania się narzędziami TIK. Zadania obowiązkowe będą oceniane w skali punktowej zgodnie z poprawnością wykonania zadania.

4. Treści kształcenia

4.1 Blok 1 – Zasoby i aplikacje „w chmurze”

Tematy:

1. Czym jest praca w chmurze?
2. Aplikacje i usługi działające w chmurze:
 - Poczta (Gmail),
 - Aplikacje biurowe (dokumenty i arkusze Google),
 - Dyski sieciowe (Google Dysk),
 - Galerie obrazów (Zdjęcia Google, Flickr, Pixabay),
 - Kalendarz (Google Calendar).
3. Wady i zalety pracy w chmurze.
4. Zasady bezpieczeństwa pracy w chmurze.

4.2 Blok 2 – Tworzenie dokumentów firmowych w edytorze tekstu

Tematy:

1. Praca na dokumentach bez instalacji oprogramowania na komputerze.
2. Tworzenie wzoru papieru firmowego.
3. Współtworzenie dokumentów firmowych.

4.3 Blok 3 – Obliczenia i statystyka.

Tematy:

1. Formuły i funkcje do tworzenia obliczeń i zestawień statystycznych w arkuszu kalkulacyjnym:
 - a. rodzaje danych,
 - b. formatowanie i edycje,
 - c. funkcje i formuły.
2. Graficzna prezentacja danych.
 - a. tworzenie wykresów.

4.4 Blok 4 – Narzędzia do prezentacji i promocji zawodowych osiągnięć.

Tematy:

1. Sztuka prezentacji i podstaw wystąpień publicznych:
 - cechy dobrej prezentacji,
 - zasada 5W,
 - struktura prezentacji,

- sposób przekazywania informacji.
2. Opracowanie prezentacji z wykorzystaniem aplikacji Prezi.
 3. Wykorzystanie mediów społecznościowych do rozwoju firmy:
 - serwisy społecznościowe specjalizujące się w kontaktach zawodowo-biznesowych (np. LinkedIn, Twitter, Google+),
 - profile firm na portalach społecznościowych,
 - blogi korporacyjne.

5. Wymagania merytoryczne

Od uczniów uczestniczących w szkoleniu oczekuje się: znajomości obsługi komputera (systemu operacyjnego, poczty elektronicznej, komunikatorów, aplikacji biurowych i platformy elearningowej), czytania ze zrozumieniem, poprawnego formułowania komunikatów pisemnych w rozumieniu technicznym (umiejętność pracy z klawiaturą) jak i językowym (logika wypowiedzi, poprawność gramatyczna i ortograficzna, funkcjonalna kompozycja, dobór odpowiednich środków językowych), przeprowadzania skutecznych operacji umysłowych prowadzących do osiągnięcia zamierzonego celu.

6. Wymagania techniczne

Wykaz oprogramowania (free ware) niezbędnego do korzystania z materiałów kursu)

- Adobe Acrobat - <https://get.adobe.com/pl/reader/>
- do kompresji plików IZArc.<http://www.izarc.org/>
- VLC Media Player - <https://www.videolan.org/vlc/>
- Zalecana przeglądarka internetowa -Chrome

7. Zasady uczestnictwa

Udział w kursie polega na zalogowaniu się do platformy e-learningowej i komunikacji z nauczycielem – mentorem kursu, który jest przewodnikiem po modułach kursu. W kursie znajdą się materiały do nauki: e-podręczniki, zasoby multimedialne, odnośniki do stron internetowych, słowniki pojęć. Daje możliwość prezentacji własnych poglądów w dyskusjach na forum, rozmowach na chacie, korespondencji e-mailowej, udziału w webinarium. W każdym module znajdą się materiały

utrwalające poruszaną tematykę (np. prezentacja multimedialna, film instruktażowy) i materiały sprawdzające, np.: zadania otwarte (realizowane indywidualnie bądź w grupach), zadania zamknięte (testy typu prawda/fałsz, wybierz odpowiedź, podaj krótką odpowiedź, uzupełnij zdanie).

8. System zaliczenia

Warunkiem ukończenia kursu jest uczestnictwo we wszystkich punktowanych aktywnościach

Opracowano na podstawie materiałów zamieszczonych na Platformie MOODLE:

<http://ekonomik->

[lomza.moodle.org.pl/pluginfile.php/1740/mod_resource/content/1/ICT_Sylabus_kursu.pdf](http://ekonomik-lomza.moodle.org.pl/pluginfile.php/1740/mod_resource/content/1/ICT_Sylabus_kursu.pdf) (dostępne: 22.03.2017r.)