



Zachodniopomorska
Szkoła Biznesu
w Szczecinie

Zastosowanie cyklu Kolba w projektowaniu materiałów e-learningowych dedykowanych uczeniu się osób dorosłych

Dorota Dżega

NAUKA i biznes w jednym miejscu

przedsiębiorstwo wiedzy BIZNES

Konferencja e-edukacja.net
Poznań 2013





**Otwierając dorosłe umysły, nie przeciążaj ich.
Włóż tam tylko iskrę.**

Anatole France

Ucz i projektuj

- ✓ od łatwego do trudnego
- ✓ od prostego do złożonego
- ✓ od ogółu do szczegółu
- ✓ od znanego do nieznanego
- ✓ od przykładów do abstrakcji

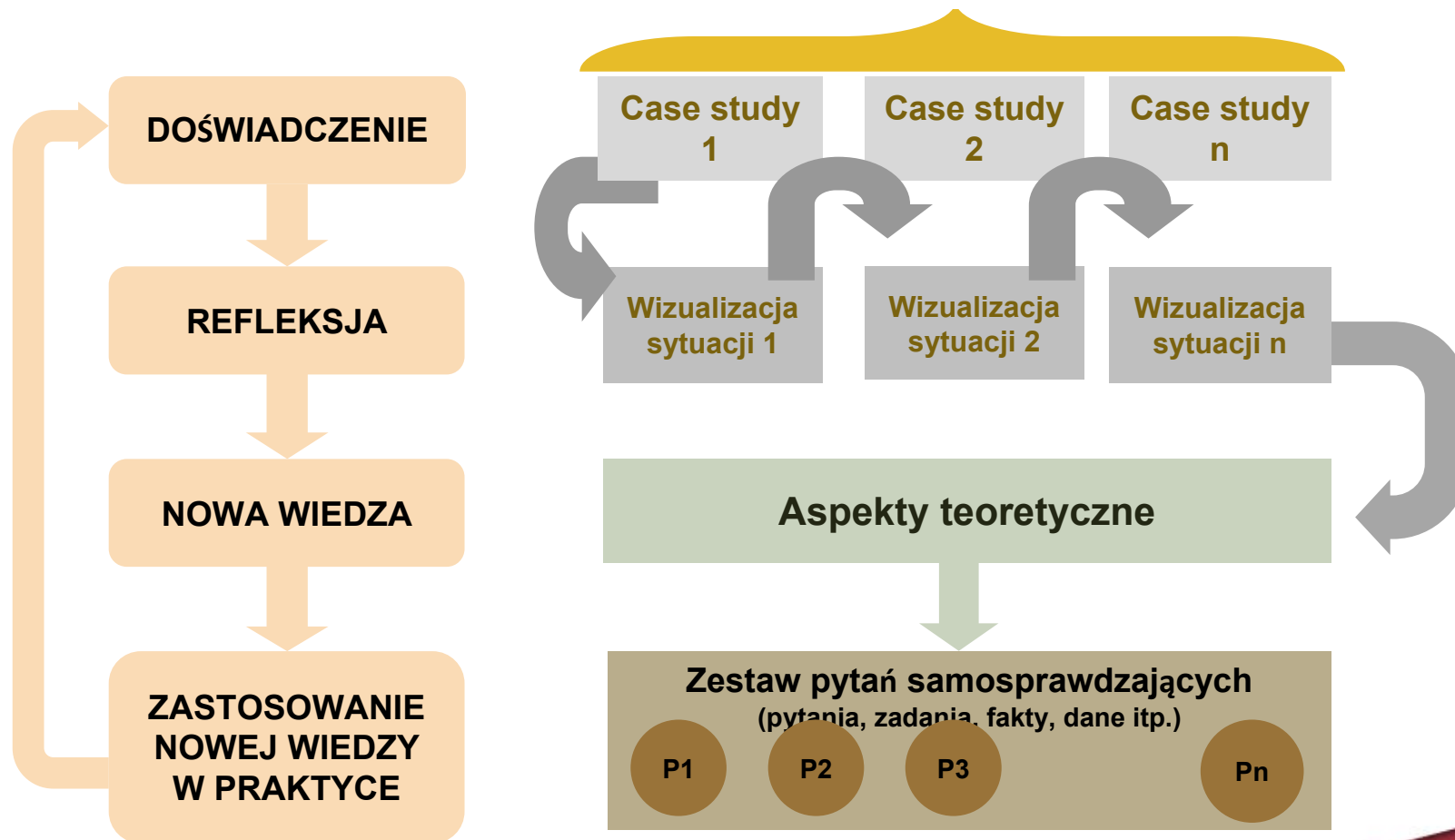
Zasady zaczerpnięte z bloga Piotra Peszko, 2edu.pl Obudź w sobie eduNinę





Cykl Kolba w projektowaniu materiałów e-learningowych – czy to możliwe?

Jeden problem przedstawiony w różnych sytuacjach,
różne sytuacje rozwiązania tego samego problemu





The screenshot shows the 'Knowledge@Work' platform interface. The main content area displays 'Moduł 1. Autoprezentacja jako technika kreowania własnego wizerunku'. A quiz question asks 'Komu pomożesz?' (Whom will you help?). The question text describes a scenario where a man is stuck in a snowy area and asks for help. Two options are provided: 'Mężczyzna numer 1' and 'Mężczyzna numer 2'. Below the question are radio buttons for selecting an answer and 'WSTECZ' (Back) and 'DALEJ' (Next) buttons.

Krok 1

Krok 3

The dialog box is titled 'Poprawna odpowiedź' (Correct answer). It contains the text: 'Jeśli wybrałaś tego mężczyznę, pomogłabyś Trumanowi Capote, amerykańskiemu pisarzowi, autorowi m.in. „Śniadania u Tiffany’ego”. W tym zadaniu nie ulegałaś tak zwanemu efektowi diabelskiemu, zgodnie z którym mogłabyś pomyśleć, że nie jest on godny zaufania, ponieważ na tej fotografii nie wpisuje się w kanony klasycznej atrakcyjności. Dokładniejszy opis działania efektu diabelskiego znajdziesz w dalszej części szkolenia.' Below the text is a green 'Dalej' (Next) button.

Krok 2



Pigułki kompetencji



KNOWLEDGE @WORK

Zalogowany jako: Dorota Dęga
panel startowy | wyloguj

STRONA GŁÓWNA PLATFORMA KNOWLEDGE@WORK DLA UCZELNI DLA MEDIÓW O PROJEKcie KONTAKT

BAROMETR KOMPETENCJI KLUCZOWYCH E-LEARNING M-LEARNING

Krok 4

SPIS TREŚCI

- PROGRAM SZKOLENIA
- WPROWADZENIE DO SZKOLENIA
- AUTOPREZENTACJA JAKO TECHNIKA
- KREOWANIA WŁASNEGO WIZERUNKU
- WPROWADZENIE DO MODUŁU
- DOŚWIADCZENIA I REFLEKSJE
 - KOMU POMOŻESZ?
 - KOMU POMOŻESZ?
 - SKLEP SPORTOWY
 - SKLEP SPORTOWY
 - SALON SAMOCHODOWY
 - SALON SAMOCHODOWY
 - KOLACJA U RODZICÓW
 - KOLACJA U RODZICÓW
 - NAJLEPSZY KANDYDAT
 - NAJLEPSZY KANDYDAT
- ASPEKTY TEORETYCZNE
- ZASTOSOWANIE NOWEJ WIEDZY W PRAKTYCE
- PYTANIA KONTROLNE
- PODSUMOWANIE MODUŁU
- KOMUNIKOWANIE NIEWERBALNE W PROCESIE AUTOPREZENTACJI
- KOMUNIKOWANIE WERBALNE W PROCESIE AUTOPREZENTACJI
- AUTOPREZENTACJA W KONTAKCIE Z PRACODAWCĄ
- AUTOPREZENTACJA W TRAKCIE ZEBRANIA, SZKOLENIA, SPOTKANIA ZAWODOWEGO
- NARZĘDZIOWNIK
- PODSUMOWANIE SZKOLENIA
- SKŁOWNIK
- ZALECENIA LITERATURA
- KOŃCOWY TEST ZE SZKOLENIA

Moduł 1. Autoprezentacja jako technika kreowania własnego wizerunku

Komu pomożesz?

"Efekt aureoli" i „efekt diabelski”, zwane też „efektem halo”, są powszechne w naszych doświadczeniach. Na podstawie jednej pozytywnej lub negatywnej cechy, jaką u kogoś obserwujemy, mamy skłonność do przypisywania tej osobie kolejnych charakterystyk – niezobserwowanych, jednak zgodnych ze znakiem emocjonalnym tej pierwszej.

W jednym z badań przeprowadzonych przez Karen Dion pokazywano studentom college'u zdjęcia różnych osób. Były one dobrane tak, aby różniły się pod względem atrakcyjności. Badani mieli ocenić każdą z tych osób na 27 wymiarach osobowości oraz prognozować jej przyszłe szczęście. Okazało się, że osobom atrakcyjnym przypisywano znacznie więcej cech pozytywnych i wyższy poziom szczęścia. Wnioski byłyby takie same bez względu na płeć oceniającej i ocenianej. Wynika z tego, iż jesteśmy przekonani, że ludzie atrakcyjni odnoszą więcej sukcesów, są inteligentniejsi, bardziej sprawni społecznie, niezależni i zrównoważeni w porównaniu z osobami mniej atrakcyjnymi. Badacze stwierdzili, że istnieje stereotyp: „To, co jest piękne, jest i dobre” [Przytył 1].

[+ WSTECZ](#) [DALEJ →](#)

¹ E. Aronson, T. D. Wilson, R. M. Akert, Psychologia społeczna. Serce i umysł, Zyski i S-ka Wydawnictwo, Poznań 1997, s. 411

O platformie | Dla uczelni | O projekcie | Dla mediów | Kontakt

Krok 5

KNOWLEDGE @WORK

Zalogowany jako: Dorota Dęga
panel startowy | wyloguj

STRONA GŁÓWNA PLATFORMA KNOWLEDGE@WORK DLA UCZELNI DLA MEDIÓW O PROJEKcie KONTAKT

BAROMETR KOMPETENCJI KLUCZOWYCH E-LEARNING M-LEARNING

SPIS TREŚCI

- PROGRAM SZKOLENIA
- WPROWADZENIE DO SZKOLENIA
- AUTOPREZENTACJA JAKO TECHNIKA
- KREOWANIA WŁASNEGO WIZERUNKU
- WPROWADZENIE DO MODUŁU
- DOŚWIADCZENIA I REFLEKSJE
 - DEFINICJA, CELE, FUNKCJE AUTOPREZENTACJI
 - TAKTYKI AUTOPREZENTACJI W LEARNINGO
 - TAKTYKI AUTOPREZENTACJI W LEARNINGO
 - TECHNIKI AUTOPREZENTACJI W JONDAI
 - BITMANIA
 - TECHNIKI AUTOPREZENTACJI W JONDAI
 - BITMANIA (CZĄŚĆ DALEJ)
 - PIERWSZE WRAŻENIE
 - WYGLĄD ZEWNĘTRZNY LUBDI
 - ORGANIZACJA TAKTYKI AUTOPREZENTACJI
 - ZASTOSOWANIE NOWEJ WIEDZY W PRAKTYCE
 - PYTANIA KONTROLNE
 - PODSUMOWANIE MODUŁU

Moduł 1. Autoprezentacja jako technika kreowania własnego wizerunku

Pierwsze wrażenie

Pierwsze wrażenie na Twój temat powstaje w umyśle innej osoby w ciągu kilku pierwszych sekund kontaktu (1-5 sek.). Jest silnie zabarwione emocjami, dlatego wpływa na zachowanie wobec Ciebie. Celowość do tworzenia pierwszego wrażenia jest różnorodna – zależy początkowo po naszych próbach, pozwalającą szybko ułożyć nastawienie innego osobnika wobec nas (sprzyjamy/odpędzamy).

Na contrary to jednak, że opinia powstająca na jego podstawie się trwale trzyma. Niektady z pomocą przekłamania o ich trudności bywada trudne do zmiany i uruchamiają mechanizm „AUTOPREZENTACJI W LEARNINGO”.

Jedną z cech, na podstawie których powstaje pierwsze wrażenie, jest atrakcyjność fizyczna. Mamy automatyczną skłonność przypisywania ludziom ładnym innych pozytywnych cech, np. bycia sympatycznym, inteligentnym i uczciwym. (Efekt aureoli) i odwrotnie do niego efekt diabelski, odgrywa ogromną rolę w życiu codziennym, wpływając na decyzje, które pozostawiają nam być w pełni racjonalne.

[+ WSTECZ](#) [DALEJ →](#)

¹ R. Chablin, Wpływanie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, OWR Gdańsk 2004, s. 138





Czy to działa?

Weź pigułkę
i przekonaj się



Dziękuję za uwagę

Dorota Dżega
ddzega@zpsb.pl