

Autorski program nauczania uzupełniającego przedmiotu

KREOWANIE WIZERUNKU

dla IV etapu nauczania

autorki:

Jolanta Kobierska

nauczycielka języka polskiego, filozofii i etyki

Dorota Łukaszewicz

nauczycielka języka polskiego, logopeda

Ewa Werder

nauczycielka języka polskiego, dodatkowa specjalność - socjoterapia

Białystok 2017

SPIS TREŚCI

I.	Wstęp i ogólna charakterystyka programu	3
II.	Cele kształcenia i wychowania	5
III.	Treści nauczania	7
IV.	Procedury osiągania celów	11
V.	Przewidywane osiągnięcia uczniów	12
VI.	Kryteria oceny i metod sprawdzania osiągnięć	13
VII.	Uwagi końcowe	13
VIII.	Spis załączników	14
IX.	Bibliografia	14

I. WSTĘP I OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PROGRAMU

Wiek XXI wyróżnia się niezwykle dynamicznym rozwojem cyfrowych audiowizualnych form komunikacji międzyludzkiej. Przemiany gospodarcze i społeczne, postęp w sferze technologii zmieniają obraz życia społecznego, w którym na plan pierwszy wysuwają się zawody związane z usługami, bazujące przede wszystkim na interakcjach społecznych. Dlatego dbałość o wizerunek to już nie tylko przejaw próżności i powierzchowności, lecz konieczny warunek sprawnej i udanej komunikacji. Osoby, które nie dbają o dobre wrażenie, z reguły podlegają krytyce i ostracyzmowi, te zaś, które świadome są wywieranego przez siebie wrażenia, lepiej radzą sobie w relacjach międzyludzkich w życiu prywatnym i zawodowym. Szkoła XXI wieku powinna wyjść naprzeciw oczekiwaniom współczesnego świata i oprócz wiedzy i erudycji pomagać uczniom rozwijać ich inteligencję emocjonalną i społeczną, podstawowe i bardziej subtelne umiejętności interpersonalne.

Okres młodości w życiu człowieka to czas, kiedy konstruujemy własną tożsamość społeczną, próbujemy odpowiedzieć sobie na pytania o to, kim jesteśmy, jak odbierają nas inni, dalsze i bliższe otoczenie. To czas snucia planów na przyszłość oraz najważniejszych wyborów życiowych. To także czas kreowania swego wizerunku wewnętrznego i zewnętrznego. Przedmiot *kreowanie wizerunku* ma na celu dopomóc młodym ludziom w bardziej świadomy sposób rozpoznawać mechanizmy psychologiczne i socjologiczne wpływające na budowanie wizerunku swego i innych. Ma także pomóc w kształtowaniu krytycznej i refleksyjnej postawy wobec narzucanych z zewnątrz, często skomercjalizowanych, przekazów medialnych. Przedmiot *kreowanie wizerunku* ma na celu pomóc młodemu człowiekowi lepiej funkcjonować we współczesnym, wielokulturowym i technicyzowanym świecie. Świadomość własnego wizerunku i jego oddziaływania na innych winna zapobiec zagubieniu, jakie pojawia się w świecie bogactwa wzorów kulturowych, ról społecznych, mnogości łatwo dostępnych przekazów medialnych i wynikającej z nich powierzchowności kontaktów międzyludzkich.

To przedmiot interdyscyplinarny. W warstwie teoretycznej odnosi się on do podstawowych teorii psychologii społecznej i socjologii dotyczących procesu interakcji społecznej, autoprezentacji czy też mechanizmów wywierania wpływu. W krytycznej refleksji nad wizerunkiem swoim, rówieśników, rodziny, szkoły czy przyszłej firmy pomóc mają również elementy filozofii społecznej, etyki i estetyki. Treści programowe zawierają też przede wszystkim wymiar praktyczny, stąd w toku jego realizacji uczniowie uczą się

narzędzi, metod i taktyk autoprezentacyjnych, a także wskazówek dotyczących praktycznego ich wykorzystania. Zajęcia wzbogacone są o blok związany z aspektami praktycznego kreowania wizerunku poprzez wygląd czy też zachowania w wybranych sytuacjach społecznych. Uczeń będzie miał okazję, by w praktyce zastosować wiedzę z retoryki, estetyki i tradycyjnej kindersztuby.

Program ma budowę modułową. W I klasie przewidziano moduły: *savoir-vivre*, wizerunek zewnętrzny, w II : teoria autoprezentacji w świetle psychologii społecznej, komunikacja międzyludzka w praktyce codziennej, teoria i praktyka wystąpień publicznych, w III klasie pragniemy przyrzeć się konkretnym wizerunkom osób, grup i organizacji w mediach społecznościowych oraz zachęcić uczniów do włączenia się w konkretne działania związane z budowaniem wizerunku nie tylko swojego, ale także klasy i szkoły. Trzecia klasa to także czas studiów i ustnych egzaminów maturalnych, dlatego wiele zajęć ma być poświęconych mentalnemu i praktycznemu przygotowaniu do tych ważnych wydarzeń.

W programie zostaną też przedstawione cele kształcenia – zarysowane zarówno na poziomie ogólnym, zbieżne z *Rozporządzeniem MEN z dnia 30 stycznia 2018 r. w sprawie podstawy programowej kształcenia ogólnego dla liceum ogólnokształcącego, technikum oraz branżowej szkoły II stopnia* jak i bardziej szczegółowym. Program prezentuje też procedury osiągania celów, wskazując, które z nich według autorek programu będą najkorzystniejsze w procesie nauczania przedmiotu *kreowanie wizerunku*. Następnie przedstawione zostały przewidywane osiągnięcia uczniów uwzględniające wymagania zawarte w podstawie programowej, jak też umiejętności natury ogólniejszej, które są konieczne, aby móc mówić o rzetelnym zrealizowaniu programu. W dalszej części znalazły się kryteria oceny i sposoby sprawdzania osiągnięć uczniów. Wskazane w tej części zostały warunki, które musi spełnić uczeń, aby otrzymać ocenę, jak też procedury sprawdzania umiejętności ucznia, pracy na lekcji oraz ewentualnej poprawy oceny.

Program kończy się przedstawieniem pomocy dydaktycznych (spis załączników) i bibliografii, które mogą stanowić ułatwienie dla nauczycieli.

II. CELE

Cele ogólne:

- wyposażanie ucznia w wieloaspektową wiedzę i umiejętności niezbędne do pełnienia ról społecznych, świadomego konstruowania swojej tożsamości społecznej,
- rozwijanie kompetencji językowej i kompetencji komunikacyjnej stanowiących kluczowe narzędzie w relacjach interpersonalnych,
- przygotowanie uczniów do życia w społeczeństwie informacyjnym poprzez doskonalenie umiejętności wyszukiwania, porządkowania i wykorzystywania informacji z różnych źródeł oraz dokumentowania swojej pracy z zastosowaniem technologii informacyjno-komunikacyjnych,
- rozwijanie osobistych zainteresowań ucznia i integrowanie wiedzy przedmiotowej z różnych dyscyplin,
- zdobywanie umiejętności formułowania samodzielnych i przemyślanych sądów na temat wizerunku swego i innych, uzasadniania własnych sądów w dialogu, debacie, podczas wystąpień publicznych,
- łączenie zdolności krytycznego i logicznego myślenia z umiejętnościami wyobraźniowo-twórczymi na temat wizerunku własnego i innych,
- rozwijanie wrażliwości społecznej, moralnej i estetycznej w kontekście kreowania wizerunku,
- wyrabianie pasji poznawania świata społecznego i zachęcanie do praktycznego zastosowania zdobytych wiadomości,
- doskonalenie umiejętności komunikowania się w języku ojczystym zarówno w mowie, jak i w piśmie, w różnych sytuacjach komunikacyjnych,
- kreatywne rozwiązywanie problemów wizerunkowych,
- rozwijanie umiejętności sprawnego posługiwania się nowoczesnymi technologiami informacyjno-komunikacyjnymi w procesie kreowania wizerunku, w tym dbałość o poszanowanie praw autorskich i bezpieczne poruszanie się w cyberprzestrzeni;
- doskonalenie umiejętności samodzielnego docierania do informacji, dokonywania ich selekcji, syntezy oraz wartościowania, rzetelnego korzystania ze źródeł,
- nabywanie nawyków systematycznego uczenia się, porządkowania zdobytej wiedzy

oraz umiejętności ich pogłębiania w kwestii dbałości wizerunek własny oraz grupy (np. rodziny, szkoły), do której się przynależy,

- doskonalenie umiejętności współpracy w grupie i podejmowania działań indywidualnych

Cele szczegółowe:

- zapoznanie ucznia z podstawowymi elementami składającymi się na wizerunek,
- zrozumienie istoty autoprezentacji oraz strategii stosowanych przez ludzi dla wywierania pożądanego wrażenia,
- dostrzeganie kontekstów prywatnego i społecznego w kreowaniu wizerunku,
- świadomość emocjonalnych i społecznych kosztów nieudanego wizerunku oraz zysków z udanej autoprezentacji, doskonalenie umiejętności odkrywania swoich mocnych i słabych stron oraz wartych podkreślenia cech,
- nabycie umiejętności radzenia sobie ze swoimi słabościami, które mają wpływ na nasz wizerunek,
- dokonanie samoanalizy pod kątem własnego wizerunku i rozwoju w tym zakresie,
- zdobycie praktycznych umiejętności pozwalających na wykreowanie takiego obrazu siebie, który będzie spójny z osobowością i potrzebami chwili,
- rozróżnianie kultury wysokiej i niskiej, elitarnej i popularnej oraz komercyjnych aspektów kultury w kontekście kreowania wizerunku publicznego i ról społecznych
- kształcenie umiejętności rozumienia roli mediów oraz ich wpływu na zachowania i postawy ludzi, a także krytycznego odbioru przekazów medialnych oraz świadomego korzystania z nich,
- krytyczna analiza i autoanaliza przykładowych wizerunków prezentowanych w mediach,
- zdobycie wiedzy na temat podstawowych zasad savoir-vivre'u i umiejętne wykorzystywanie jej w praktyce,
- dostrzeżenie roli tradycyjnej kindersztuby w kreowaniu wizerunku,
- kształcenie umiejętności rozpoznawania i wartościowania postaw budujących szacunek dla człowieka (np. odpowiedzialność, umiar, takt),
- świadome wykorzystanie środków językowych oraz środków pozawerbalnych w

codziennych sytuacjach komunikacyjnych,

- rozwijanie odpowiedzialności za swój wizerunek,
- uwrażliwianie na piękno mowy ojczystej, wspomaganie rozwoju kultury językowej, doskonalenie umiejętności posługiwania się poprawną polszczyzną,
- doskonalenie umiejętności retorycznych, w szczególności zasad tworzenia wypowiedzi spójnych, logicznych oraz stosowania kompozycji odpowiedniej dla danej formy wypowiedzi, dla danej sytuacji komunikacyjnej (np. głos w debacie, matura ustna, rozmowa kwalifikacyjna).

III TREŚCI NAUCZANIA, TEMATY

Moduł I

Wizerunek zewnętrzny

1. Lekcja wprowadzająca. Elementy składające się na wizerunek.
2. Kim jestem? Jakie role pełnię w życiu? Samoświadomość jako podstawa kreowanie-wizerunku.
3. Jak budować poczucie własnej wartości? 8 kroków jak wypracować poczucie własnej wartości.
4. Etapy budowania własnego wizerunku. Elementy składające się na wizerunek.
5. Wygląd marki osobistej, czyli jak wyglądać odpowiednio w każdej sytuacji. Spójność wizerunku. Prezentacje.
6. Strój oficjalny. Formalny i nieformalny dress code.
7. Elementy mowy ciała. Mowa ciała a poczucie własnej wartości.

Moduł II

Savoir-vivre.

1. Czym jest kindersztuba? Filozofia i historia savoir-vivre.
2. Kultura życia codziennego, stosowanie form grzecznościowych. Przywitanie i przedstawianie.
3. Etykieta przy stole. Od domowego stołu przez szkolną stołówkę, po ekskluzywne restauracje.

4. Szkolny savoir-vivre. ABC dobrego wychowania. Wypracowywanie zasad właściwego zachowania na terenie szkoły - praca w grupach
5. Takt, dyplomacja i dyskrecja w kreowaniu wizerunku. Jakie zachowania nas najbardziej kompromitują w życiu codziennym?
6. Nasz wizerunek to także nastawienie do świata i do życia - podsumowanie dwóch pierwszych modułów.

Moduł III

O sztuce autoprezentacji z punktu widzenia psychologii społecznej.

1. Czym jest autoprezentacja? Fałsz i prawda w budowaniu wizerunku. Wrażenie uboczne.
2. Taktyki i strategie w procesie autoprezentacji: opisywanie siebie i wyrażanie postaw.
3. Taktyki i strategie: publiczne atrybucje, pamięciowe manipulacje, zachowania niewerbalne.
4. Taktyki i strategie: kontakty społeczne, konformizm i uleganie, dekoracje i rekwizyty.
5. Motywy i funkcje autoprezentacji: budowa i podtrzymywanie poczucia własnej wartości, regulowanie emocji, społeczne korzyści ze skutecznej autoprezentacji. Nieświadoma autoprezentacja. Samokontrola.
6. Kontekst społeczny: normy i role. Ewolucyjne podstawy autoprezentacji. Niepisane prawa i dobre obyczaje. Konsekwencja.
7. Autoprezentacja a przywództwo. Cechy charyzmatycznego przywódcy. Co zrobić, by być dobrym liderem?
8. Autoprezentacja a płeć. Wizerunek kobiety i mężczyzny na przestrzeni wieków. Stereotypy i uprzedzenia. Wpływ feminizmu na zmiany wizerunkowe ostatnich dekad.
9. Wizerunek społeczny. Atrakcyjność fizyczna a wizerunek publiczny. Dystans i brak dystansu wobec swej społecznej roli. Konflikt ról. Sukcesy i porażki autoprezentacyjne.
10. Ja prywatne a ja publiczne. Co to znaczy mieć swój styl? Indywidualizm a obowiązki społeczne i zawodowe. Autorefleksja i samoocena.
11. Zasada komplementarności. Postawa błagalna. Zrównoważenie i niezrównoważenie psychiczne. Demonstrowanie siły. Manipulacja wrażeniem a kariera.
12. Autoprezentacyjne troski. Autoprezentacja autentyczna, fałszywa i wybiórcza. Wpływ autoprezentacji na „ja”. Lęki związane z prezentowanym wizerunkiem. Presja i

rywalizacja.

Moduł IV

Skuteczna komunikacja na co dzień

1. Krytyka. Jak budować konstruktywną krytykę? Strategie wyrażania i odbierania krytyki
2. Potrzeba uznania. Szczere uznanie a manipulacyjne pochlebstwo. Sztuka komplementowania.
3. Kłótnia. Sztuka rozwiązywania sporów. Preferencje i uprzedzenia w komunikacji. Porozumiewanie się z trudnymi rozmówcami. Jak słuchać, jak mówić, by być słuchanym.

Moduł IV

Wystąpienia publiczne, sztuka retoryki

1. Erystyka, czyli sztuka prowadzenia sporów. Argumentacja i retoryka w praktyce: rodzaje argumentów.
2. Analiza audytoriów i specyfiki odbiorców. Dopasowanie treści i formy wystąpienia do oczekiwań odbiorców.
3. Praca nad wymową. Dobór słów, forma, dynamika i czas przekazu. Dykcja, artykulacja i tembr głosu – jasność przekazu.
4. Nasze wystąpienia publiczne – silne i słabe strony, przydatne wskazówki, praca indywidualna i grupowa.
5. Praca nad przekazem – pauzy, pytania, wtrącenia, przykłady. Jak utrzymać dobry i aktywny kontakt z odbiorcami.
6. Metody wzmacniające przekaz. Hasła, słowa klucze. Logiczny szlak myślenia i prezentacji, modulacja głosu, akcentowanie.
7. Komunikacja pozawerbalna. Postawa, gestykulacja, mimika, kontakt wzrokowy. Rekwizyty. Korzystanie ze środków wzmacniających przekaz lub odciągających uwagę od naszych słabości.
8. Wygląd zewnętrzny. Strój, fryzura, biżuteria, cechy indywidualne, uświadomiony i nieświadomiony przekaz.
9. Opanowanie stresu i kontrola emocji. Biologia i psychologia stresu. Reakcje na stres. Sposoby radzenia sobie ze stresem podczas wystąpień publicznych.
11. Debata. Sprawdzenie zdobytych umiejętności.

Moduł V

Wizerunek w mediach społecznościowych.

1. Typy i funkcje mediów społecznościowych (facebook, Twitter, Instagram, blog, korespondencja mailowa).
2. Co mówią o nas zdjęcia? Analiza i próba interpretacji psychologicznej materiału graficznego. Dedukowanie z komunikatów niewerbalnych w Sieci.
3. Netykieta. Zjawiska trollowania, floodingu i spamowania.
4. Intymność, prywatność a media społecznościowe.
5. Język mediów społecznościowych.
6. Jestem wartościowym człowiekiem. Poczucie własnej wartości jako podstawa każdego wizerunku.
7. Odwaga i asertywność, jak ze sobą rozmawiać?
8. Laiki i hejty. Sztuka wystawiania komentarzy.
9. Dystans i rzeczowość w mediach społecznościowych.

Moduł VI

Budowanie własnego wizerunku, wizerunku klasy, szkoły, firmy

1. Idziemy na bal. Kreowanie wizerunku na studniówkę (stylizacja, partner, tańce).
2. Matura ustna - trening czyni mistrzem. Ćwiczenia praktyczne.
3. Kreowanie wizerunku szkoły. Dzień Otwarty Szkoły: plan, realizacja, ewaluacja. Co i jak możemy pokazać? Folder, ulotka, plakat.
4. Kim jestem w klasie, w szkole, jak jestem postrzegany przez innych – nasze mocne strony.
5. Relacje uczeń – nauczyciel, uczeń – dyrektor, relacje uczniowskie.
6. Kreowanie wizerunku absolwenta – przygotowania do zakończenia roku szkolnego.

IV. PROCEDURY OSIĄGANIA CELÓW

Przedmiot, w którego nazwie jest „kreowanie” oraz „wizerunek”, wymaga przede wszystkim **metod wizualnych i praktycznych** nastawionych na obserwację, analizę, próby naśladownictwa i tworzenia własnych realizacji. Dlatego na wielu lekcjach uczniowie będą oglądali **filmy i zdjęcia** prezentujące określone wizerunki oraz ich wpływ na otoczenie. Pomocny będzie tu zwłaszcza brytyjski komediowy serial „Co ludzie powiedzą”, nagrania wystąpień publicznych polityków, ludzi kultury i nauki, fragmenty wywiadów, wykładów (w tym wykład prof. Bralczyka na temat wystąpień publicznych). Konkretnie wizerunki i sytuacje doskonale jest poddać oglądowi i dyskusji **metodą przypadku**. Metoda **wykładu** służąca do wprowadzenia treści teoretycznych z zakresu psychologii społecznej i socjologii wzbogacona zostanie o **prezentację multimedialną**.

Nieodłącznym elementem większości lekcji na każdym etapie edukacyjnym powinny być również **metody aktywizujące**, dlatego we wstępnej fazie lekcji warto odwołać się do zdobytej już wiedzy i doświadczeń uczniów poprzez **burzę mózgów, rozmowę heurystyczną i dyskusję**. W sytuacjach problemowych zaleca się wykorzystanie **drzewka decyzyjnego** oraz **myślących kapeluszy**. Uczniowie zamiast zeszytów wypełniane w domu i na lekcjach **karty pracy** oraz swoje **projekty** zbierać będą w specjalnych przez siebie stworzonych **portfolio**. W modułach poświęconych komunikacji interpersonalnej, wystąpieniom publicznym oraz przygotowaniu do matury ustnej przyda się metoda **dramy/ inscenizacji**, próby wystąpień uczniowskich powinny być nagrywane, a następnie odtwarzane i omawiane z zainteresowanymi uczniami.

W przypadku tworzenia wizerunku klasy i szkoły nieodzowna będzie metoda **projektu** i wszelkie formy **pracy w grupie**.

Najważniejszym jednak czynnikiem mającym wpływ na realizację wyznaczonych w programie celów będzie stworzenie odpowiedniej życzliwej, wspierającej otwarcia i zaufaniu atmosfery na lekcjach oraz wykreowanie przez nauczycieli wizerunku niesprzecznego z nauczanymi treściami.

V. PRZEWIDYWANE OSIĄGNIĘCIA UCZNIÓW

Zakończenie realizacji programu nauczania przedmiotu kreowanie wizerunku powinno zaowocować następującymi kompetencjami ucznia:

- znajomością zasad savoir-vivre'u, etykiety, netykiety,
- znajomością podstawowych terminów związanych z poszczególnymi modułami, np. netykieta, komunikacja werbalna i niewerbalna, dress code, strategia autoprezentacyjna, publiczne atrybucje, manipulacja wizerunkiem,
- umiejętnością posługiwania się tą wiedzą w praktyce,
- rozumieniem konsekwencji przesadnej i niedostatecznej troski o wizerunek społeczny,
- rozumienia roli języka ciała i innych środków pozawerbalnych w procesie komunikacji i autoprezentacji,
- umiejętnością autoanalizy i autokorekty własnego wizerunku - świadomego kreowania swego wizerunku publicznego,
- poczuciem własnej wartości i świadomości swych mocnych i słabszych stron oraz ich roli w procesie kreowania wizerunku,
- rozumienia wagi inteligencji emocjonalnej i społecznej oraz konieczności doskonalenia umiejętności interpersonalnych,
- podstawową umiejętnością wystąpień publicznych typu ustny egzamin maturalny czy głos w debacie szkolnej,
- krytyczną postawą i poczuciem odpowiedzialności przy kreowaniu swego wizerunku w Sieci.

VI. KRYTERIA OCENY I METOD SPRAWDZANIA OSIĄGNIĘĆ

Ocenię podlegają:

- przygotowanie do lekcji, prezentowanie prac domowych,
- aktywność na lekcjach, zaangażowanie w wykonywane na lekcjach zadania,
- prowadzenie portfolio,
- testy wiedzy,
- treść i forma przygotowanej prezentacji,
- praca w grupie i jej wynik,
- praca metodą projektu

Kryteria na poszczególne oceny oraz warunki poprawy oceny nauczyciel ustala i omawia z uczniami na początku roku oraz każdorazowo przed zadaniem podlegającej ocenie pracy. W przypadku testów wiedzy wymagania oraz zakres sprawdzanego materiału powinien być podany z co najmniej tygodniowym wyprzedzeniem.

VII. UWAGI KOŃCOWE

Kreowanie wizerunku to przedmiot uzupełniający, przewidziany w wymiarze jednej godziny tygodniowo, skierowany jest do uczniów szkoły ponadgimnazjalnej (IV etap edukacyjny). Plan pracy zakłada realizację programu w czasie 90 godzin w ciągu trzech lat nauki. Tematy i treści programu są propozycją dla nauczycieli i pozwalają na rozłożenie różnych akcentów na dany moduł w zależności od specyfiki i potrzeb grupy oraz zainteresowań uczniów. Program ten ma służyć nauczycielom jako wsparcie zarówno metodologiczne, jak też treściowe, lecz nie jest programem, który zamyka możliwości i potencjał kreatywny nauczyciela czy uczniów. Plan został pomyślany tak, aby jego poszczególne składowe mogły być rozwijane bądź skracane wedle potrzeb i zainteresowań uczniów, aby można było w nim wykorzystywać bieżące zdarzenia czy też różne aktualne w danej chwili teksty kultury jako wsparcie dla analiz konkretnych wizerunków i dyskusji na forum klasy. Należy przy tym pamiętać, że zagadnienia związane z kreowaniem wizerunku nie we wszystkich elementach są uniwersalne i w

dużej mierze zależą od kontekstów historycznego i geograficznego, od mód i obyczajów danego kręgu kulturowego. Dlatego do zadań nauczyciela należy dostosowanie ilości zajęć poświęconej danej tematyce do potrzeb grupy, po uprzedniej diagnozie, obserwacji klasy czy też po przeprowadzonej ewaluacji.

VIII. SPIS ZAŁĄCZNIKÓW

Przykładowe scenariusze zajęć:

zał. 1. *Uśmiechnij się , jutro będzie lepiej*

zał. 2. *Jestem Wartościowym człowiekiem*

zał. 3. *Wartości ważne w moim życiu*

zał. 4. *Różne sposoby porozumiewania się*

zał. 5. **Przedmiotowy system oceniania**

zał. 6. **Prezentacja multimedialna:** *Istota autoprezentacji*

IX. BIBLIOGRAFIA

- Allen R., *Testy osobowościowe*, tłum. Hibner-Białobrzaska A. , Wydawnictwo Oleksiejuk 2018.
- Aronson E., *Człowiek istota społeczna*, tłum. Radzicki J., Warszawa 2000.
- Cialdini R.B., *Wywieranie wpływu na ludzi*, tłum. Wojciszke B., GWP, Gdańsk 2002.
- Degen U., *Sztuka nawiązywania pierwszego kontaktu*, GWP, Gdańsk 2004.
- Drygen G., Vos J., *Rewolucja w uczeniu*, tłum. Józwiak B., Poznań 2000.
- Drzycimski A., *Sztuka kształtowania wizerunku*, Business Press, Warszawa 1997
- Goleman D. , *Inteligencja emocjonalna*, tłum. Jankowski A., Media Rodzina,, Poznań 1997.

- E. Goffman, *Człowiek w teatrze życia codziennego*, tłum. Śpiewak P., Wydawnictwo KR, Warszawa 2000.
- Carnegie D., *Jak zdobyć przyjaciół i zjednać sobie ludzi*, Studio Emka, Warszawa 1995.
- Królik G., *Autoprezentacja*, Wyd. Akademii Ekonomicznej, Katowice 2004.
- Leary M., *Wywieranie wrażenia na innych O sztuce autoprezentacji*, GWP, Sopot 2007.
- Pietkiewicz E., *Savoir vivre dla każdego*, Warszawa 1997.
- Rojewska J., *Grupa bawi się i pracuje*, Oficyna Wydawnicza, Warszawa 2000.
- Rusinek M., Załazińska A., *Retoryka codzienności. Poradnik nie tylko językowy*, Warszawa 2010.
- Schopenhauer A., *Erystyka, czyli sztuka prowadzenia sporów*, tłum. Konorscy B. i Ł., Warszawa 1986.
- Taraszkiewicz M., *Jak uczyć lepiej? Czyli refleksyjny praktyk w działaniu*, Warszawa 2000.
- Tarczyński D.R., *Zrozumieć człowieka z wyglądu. Psychologia ubioru*, Białystok 1998.
- Tyll J.B., *Sztuka powodzenia*, Warszawa 1987.
- Zimbardo P. G., Ruch F. L., *Psychologia i Życie*, PWN, Warszawa 1976.

inne źródła:

<https://www.edunews.pl/badania-i-debaty/wywiady/508-nauczyciel-profesjonalista-sztuka-budowania-wizerunku>

<http://czasgentlemanow.pl/>

<https://iwizerunek.pl/>

<https://purestyle.pl/czym-jest-kreowanie-wizerunku-i-co-sie-na-nie-sklada/>

<http://wizerunekkobiety.pl/wizerunek-aparycja/kreowanie-wizerunku/jak-kreowac-wlasny-wizerunek-ksztaltowanie-wizerunku/>

