

Przedmiot do wyboru B5: Psychologia biznesu - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Przedmiot do wyboru B5: Psychologia biznesu
Kod przedmiotu	14.4-WH-CDFP-PB
Wydział	Wydział Humanistyczny
Kierunek	Coaching i doradztwo filozoficzne
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2019/2020

Informacje o przedmiocie	
Semestr	5
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obieralny
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	mgr Maria Żochowska

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Ćwiczenia	30	2	18	1,2	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest przedstawienie studentom podstawowych pojęć związanych z psychologią biznesu i wskazanie możliwości zastosowania zdobytej wiedzy do lepszego zrozumienia działań biznesowych przedsiębiorstwa. Dzięki zajęciom z zakresu psychologii biznesu student będzie mógł zidentyfikować zarówno indywidualne zachowania człowieka jak i społeczne uwarunkowania mające wpływ i przełożenie na działania biznesowe.

Wymagania wstępne

Brak

Zakres tematyczny

Psychologia biznesu – podstawowe pojęcia i definicje. Psychologiczne czynniki wpływające na zachowania jednostki i grupy. Ocena i interpretacja zachowań w biznesie. Podstawy psychologii reklamy i psychologii ekonomicznej. Procesy decyzyjne i negocjacje w biznesie oraz rozwiązywanie problemów. Narzędzia wpływu wykorzystywane w biznesie.

Metody kształcenia

Prezentacja, dyskusja, praca w grupach, praca z książką

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
ma wiedzę o normach konstytuujących i regulujących struktury i instytucje społeczne oraz o źródłach tych norm, ich naturze, zmianach i drogach wpływania na ludzkie zachowania	KF1_W03	- dyskusja - kolokwium - praca pisemna	Ćwiczenia
ma rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej, potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych ze specjalistami z dziedzin będących podstawą dla doradztwa filozoficznego i coachingu, jak i z odbiorcami spoza grona specjalistów	KF1_U08	- dyskusja - kolokwium - praca pisemna	Ćwiczenia
efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia jej stopień zaawansowania	KF1_K04	- bieżąca kontrola na zajęciach - dyskusja	Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Zaliczenie z oceną na podstawie ocen cząstkowych uzyskanych w wyniku sprawdzenia poziomu wiedzy teoretycznej studenta w formie kolokwium (z progami punktowymi 61-70% ocena dostateczna, 71%-85% ocena dobra, 86%-100% ocena bardzo dobra) oraz pracy pisemnej.

Literatura podstawowa

1. Falkowski A., Tyszka T., Psychologia zachowań konsumenckich, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2009
2. Nęcki, Z., Negocjacje w biznesie, Wydawnictwo: ANTYKWA, Kraków, 2000
3. Ubertowski A., Psychologia biznesu. Wydawnictwo FA-art, Katowice 2011.

Literatura uzupełniająca

1. R. B. Cialdini, Wywieranie wpływu na ludzi, Gdańsk 1994.
2. Chmiel N., Psychologia pracy i organizacji, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2002.
3. Tyszka T., Psychologia ekonomiczna, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2004.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr Dariusz Sagan (ostatnia modyfikacja: 15-02-2021 19:45)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ