



obowiązuje od: 2016/2017

karta modułu

numer modułu	Moduł Z/ 10										
nazwa modułu	Moduł specjalnościowy (1) PSYCHOLOGIA ZARZĄDZANIA							punkty ECTS	16	lider modułu	dr prof. ZPSB G. Maniak
kierunek	ZARZĄDZANIE I stopień	rok	III	semestr	5	status	obligatoryjny	jęz. wykładowy	polski	liczba godzin kontaktowych łącznie	104

ISTOTA I CELE MODUŁU

Krótki opis i katalog celów

Celem modułu jest doskonalenie wiedzy i umiejętności praktycznych w obszarze wybranej specjalności - Psychologii zarządzania.

STRUKTURA MODUŁU

numer kursu	Moduł Z/ 10	kurs 1	Moduł Z/ 10	kurs 2	Moduł Z/ 10	kurs 3	Moduł Z/ 10	kurs 4
nazwa kursu	Kultura organizacji		Psychologia biznesu		Psychologia rynku		Psychologia decyzji kadrowych	
prowadzący	dr I. Rafałt		mgr B. Dobińska		mgr B. Dobińska		dr I. Rafałt	
punkty ECTS	4		4		4		4	

EFEKTY KSZTAŁCENIA

obszar efektów	opis efektu kształcenia	odniesienie do KIERUNKOWYCH efektów kształcenia	kurs realizujący dany efekt	sposoby weryfikacji efektów kształcenia											
				egzamin pisemny	zaliczenie pisemne	praca pisemna (esej, referat, itp.)	ćwiczenia, zadania	test wiedzy	projekty zespołowe	projekty indywidualne	prezentacja zadania indywidualnego / grupowego	udział w dyskusji	case study indywidualnie	case study zespołowo	inne aktywności
				Sposób weryfikacji efektu kształcenia											
WIEDZA	Student potrafi: zinterpretować pojęcie kultury organizacyjnej, przedstawić jej funkcje oraz objaśnić podstawowe koncepcje kultury organizacyjnej.	Z1_W14 Posiada pogłębioną wiedzę w zakresie kultury organizacyjnej.	Kultura organizacji								X		X		
	Student posiada podstawową wiedzę z zakresu psychologii rynku, zna rozumie podstawowe mechanizmy psychologiczne odpowiedzialne za funkcjonowania człowieka na rynku w różnych rolach.	Z1_W7 Ma podstawową wiedzę z zakresu psychologii rynku. Zna i rozumie mechanizmy oddziaływania psychologicznego na procesy rynkowe.	Psychologia rynku			X	X					X			
	Student zna podstawowe normy i zasady etyczne, prawne i psychologiczne związane z prowadzeniem biznesu.	Z1_W14 Posiada pogłębioną wiedzę w zakresie psychologii biznesu.	Psychologia biznesu			X	X					X			
	Student posiada podstawową wiedzę z zakresu psychologii decyzji kadrowych i charakteryzuje zmienne psychologiczne wpływające na rzetelność procesu decyzyjnego w zakresie potencjału ludzkiego.	Z1_W14 Posiada pogłębioną wiedzę w zakresie wybranej psychologii decyzji kadrowych.	Psychologia decyzji kadrowych					X		X		X			
		Z1_W15 Posiada wiedzę w zakresie psychologii decyzji kadrowych.													
UMIĘJĘTNOŚCI	Student diagnozuje kulturę organizacyjną i wskazuje rekomendacje ją doskonalące/zmieniające.	Z1_U10 Posiada umiejętności w zakresie diagnozowania kultury organizacyjnej.	Kultura organizacji				X			X		X			
	Student dokonuje analizy podstawowych problemów i zagrożeń w funkcjonowaniu człowieka na rynku wynikających z uruchamiania różnorodnych zachowań ekonomicznych.	Z1_U10 Posiada umiejętności w zakresie analizy problemów i zagrożeń w funkcjonowaniu człowieka na rynku.	Psychologia rynku			X						X			
	Student potrafi wykorzystać swoją wiedzę do współpracy zarówno z pracownikami/ współpracownikami, jak również pozostałymi osobami/ podmiotami, współpracującymi z firmą.	Z1_U10 Posiada umiejętności w zakresie współpracy z innymi podmiotami.	Psychologia biznesu			X						X			
	Student przewiduje efekty decyzji kadrowych dla zachowań członków organizacji.	Z1_U10 Posiada umiejętności w zakresie przewidywania efektów decyzji kadrowych.	Psychologia decyzji kadrowych					X		X		X			
		Z1_U4 Potrafi zastosować wiedzę w praktyce.													
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	Student jest wrażliwy na kontekst społeczny organizacji i docenia znaczenie kultury organizacyjnej w kształtowaniu pożądanej sprawności zachowań organizacyjnych.	Z1_K4 Rozumie znaczenie, stale się zmieniające, kultury organizacyjnej w kształtowaniu pożądanej sprawności zachowań organizacyjnych.	Kultura organizacji				X			X		X			
	Student rozumie istotę współzależności oraz wzajemnej odpowiedzialności podmiotów uczestniczących w obrocie gospodarczym.	Z1_K2 Potrafi pracować i współpracować z innymi podmiotami w obrocie gospodarczym.	Psychologia rynku			X						X			
	Student potrafi współdziałać w grupie, umie postępować zarówno z osobami z wnętrza, jak również z zewnątrz firmy.	Z1_K2 Potrafi pracować i współpracować z innymi podmiotami w organizacji.	Psychologia biznesu			X						X			
	Student wykazuje gotowość do organizowania i kierowania pracą zespołów.	Z1_K2 Potrafi pracować i współpracować z innymi podmiotami w organizacji.	Psychologia decyzji kadrowych					X		X		X			
		Z1_K5 Potrafi podejmować decyzje w zakresie organizacji.													

NAKŁAD PRACY STUDENTA

nazwa kursu	Kultura organizacji		Psychologia biznesu		Psychologia rynku		Psychologia decyzji kadrowych	
struktura nakładu pracy	liczba godzin kontaktowych	26	liczba godzin kontaktowych	26	liczba godzin kontaktowych	26	liczba godzin kontaktowych	26
	w tym:	26	w tym:	26	w tym:	26	w tym:	26
	wykład	10	wykład	12	wykład	6	wykład	6
	ćwiczenia	14	ćwiczenia		ćwiczenia	12	ćwiczenia	18
	e-learning		e-learning		e-learning		e-learning	
	laboratorium		laboratorium		laboratorium		laboratorium	
	seminarium		seminarium		seminarium		seminarium	
	warsztat praktyczny		warsztat praktyczny	12	warsztat praktyczny	6	warsztat praktyczny	
	wizyta studyjna		wizyta studyjna		wizyta studyjna		wizyta studyjna	
	inne...		inne...		inne...		inne...	
	konsultacje		konsultacje		konsultacje		konsultacje	
	zaliczenia, egzaminy	2	zaliczenia, egzaminy	2	zaliczenia, egzaminy	2	zaliczenia, egzaminy	2
	lektorały		lektorały		lektorały		lektorały	
	praca własna studenta	74	praca własna studenta	74	praca własna studenta	74	praca własna studenta	74
	łącznie nakład pracy studenta	100	łącznie nakład pracy studenta	100	łącznie nakład pracy studenta	100	łącznie nakład pracy studenta	100

Informacje o zawartości merytorycznej, metodach, kryteriach zaliczenia, itp.

nazwa kursu	Kultura organizacji	Psychologia biznesu	Psychologia rynku	Psychologia decyzji kadrowych				
	METODY DYDAKTYCZNE							
	Adekwatne metody	Adekwatne metody	Adekwatne metody	Adekwatne metody				
	wykład	wykład	wykład	wykład				
	ćwiczenia, zadania	dyskusja grupowa	ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących	prezentacja multimedialna				
	case study	warsztaty praktyczne	dyskusja grupowa	ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących				
	inne metody aktywizujące	inne metody aktywizujące	inne metody aktywizujące	dyskusja grupowa				
				case study				
	WYMAGANIA WSTĘPNE I FORMALNE							
	Które moduły/kursy powinien zaliczyć student przed rozpoczęciem kursu	Które moduły/kursy powinien zaliczyć student przed rozpoczęciem kursu	Które moduły/kursy powinien zaliczyć student przed rozpoczęciem kursu	Które moduły/kursy powinien zaliczyć student przed rozpoczęciem kursu				
	Moduł: Organizacja i zarządzanie, wiedza z zakresu komunikacji interpersonalnej.	Rozwój osobisty i kompetencje interpersonalne, Kluczowe kompetencje dla biznesu.	Rozwój osobisty i kompetencje interpersonalne, Kluczowe kompetencje dla biznesu.	Moduł: Organizacja i zarządzanie, wiedza z zakresu komunikacji interpersonalnej.				
	FORMY I KRYTERIA ZALICZENIA							
	ocena końcowa	zaliczenie	ocena końcowa	zaliczenie	ocena końcowa	zaliczenie	ocena końcowa	zaliczenie
	Adekwatne formy zaliczeń	Procent wpływu na ocenę końcową	Adekwatne formy zaliczeń	Procent wpływu na ocenę końcową	Adekwatne formy zaliczeń	Procent wpływu na ocenę końcową	Adekwatne formy zaliczeń	Procent wpływu na ocenę końcową
	projekt indywidualny	40	praca pisemna [esej, referat, itp.]	80	praca pisemna [esej, referat, itp.]	100	projekty indywidualne	40
	aktywność w trakcie zajęć	10	udział w dyskusji	20			aktywność w trakcie zajęć	10
	test wiedzy	50					test wiedzy	50
	Procent wymaganej wiedzy dla uzyskania oceny:		Procent wymaganej wiedzy dla uzyskania oceny:		Procent wymaganej wiedzy dla uzyskania oceny:		Procent wymaganej wiedzy dla uzyskania oceny:	
	bardzo dobry >90%		bardzo dobry >90%		bardzo dobry >90%		bardzo dobry >90%	
	dobry plus 81%-90%		dobry plus 81%-90%		dobry plus 81%-90%		dobry plus 81%-90%	
	dobry 71% - 80%		dobry 71% - 80%		dobry 71%-80%		dobry 71%-80%	
	dostateczny plus 61%-70%		dostateczny plus 61%-70%		dostateczny plus 61%-70%		dostateczny plus 61%-70%	
	dostateczny 51% - 60%		dostateczny 51% - 60%		dostateczny 51%-60%		dostateczny 51%-60%	
	nieдостateczny <50%		nieдостateczny <50%		nieдостateczny <50%		nieдостateczny <50%	
	CELE EDUKACYJNE KURSU							
	Skatalogowane cele kursu		Skatalogowane cele kursu		Skatalogowane cele kursu		Skatalogowane cele kursu	
	Celem kursu jest zaznajomienie słuchaczy z istotą, funkcjami i podstawowymi koncepcjami normatywnymi kultury organizacyjnej oraz ukazanie jej wpływu na zachowania ludzi w organizacji.		1/Zapoznanie z podstawami psychologii, w zakresie niezbędnym dla ekonomistów (osób zamierzających funkcjonować w biznesie), 2/Zapoznanie z teoriami dotyczącymi instrumentów oddziaływania psychologicznego w biznesie, 3/Pokazanie poprzez zajęcia warsztatowe narzędzi psychologicznych sprzyjających wsparciu działań w biznesie.		Po zakończeniu przedmiotu student powinien: • rozumieć podstawowych zasad i prawidłowości zachowań ekonomicznych człowieka na rynku; • rozpoznawać podstawowe prawidłowości psychologiczne realizacji przez człowieka różnorodnych ról na rynku: konsumenta, odbiorcy reklam czy inwestora; • dostrzegać i analizować czynniki psychologiczne odpowiedzialne za postawy ludzi wobec oszczędzania, płacenia podatków czy dokonywania wyborów konsumenckich; • wykorzystywać w praktyce ekonomicznej i organizacyjnej (np. w reklamie, marketingu) wiedzę nt. procesów emocjonalnych, poznawczych i motywacyjnych.		Student rozumie psychologiczne i organizacyjne uwarunkowania procesu podejmowania decyzji kadrowych; rozpoznaje i analizuje główne obszary decyzji kadrowych w organizacji; wykorzystuje w praktyce zasady podejmowania optymalnych decyzji kadrowych.	
	TREŚCI PROGRAMOWE							
	Zakres merytoryczny kursu		Zakres merytoryczny kursu		Zakres merytoryczny kursu		Zakres merytoryczny kursu	
	1. Pojęcie kultury organizacyjnej. 2. Funkcje kultury organizacyjnej. 3. Elementy kultury organizacyjnej. 4. Wartości w kulturze organizacyjnej. 5. Kultury silne i słabe. 6. Typy kultur organizacyjnych. 7. Wymiary kultury organizacyjnej. 8. Kształtowanie kultury organizacyjnej w firmie. 9. Zmiany, a kultura organizacyjna. 10. Rola kultury organizacyjnej w zarządzaniu kadrami. 11. Różnice kulturowe i sposoby radzenia sobie z nimi. 12. Style kierowania, a kultura organizacyjna. 13. Case study – analiza kultur organizacyjnych różnych przedsiębiorstw.		1/ Ogólne zagadnienia z zakresu psychologii, 2/ Źródła zastosowania psychologii w biznesie, 3/ Podstawy komunikacji interpersonalnej, 4/ Wywieranie wpływu na ludzi, 5/ Elementy negocjacji i mediacji, 6/ Konflikt w organizacji; 7/ Psychologia zachowań konsumenckich, 8/ Psychologia w pracy menedżera.		1. Psychologia ekonomiczna jako dziedzina wiedzy i badań rynku. 2. Psychologia jednostki. Psychologia tłumu. Perswazja. Wpływ społeczny. Psychologia a mechanizmy rynkowe. Obserwacja zachowań tłumu. 3. Psychologia pieniądza. Pieniądże i oszczędzanie – uwarunkowania postaw i zachowań. Psychologiczne mechanizmy oszczędzania. Analiza zachowań fiskalnych. Podatki, zakup ubezpieczeń i hazard – z perspektywy psychologicznej. 4. Proces podejmowania decyzji. Psychologia procesu podejmowania decyzji ekonomicznych. Deformacje i zniekształcenia procesów decyzyjnych. Racjonalność vs irracjonalność. Sytuacyjne i indywidualne determinanty postrzegania ryzyka. 5. Psychologia zachowań konsumenckich. Postawy konsumenckie. Osobowość a segmentacja rynku. Podejmowanie decyzji zakupowych. Przywiązanie do marki. Kupowanie nieplanowe. Dysonans pozakupowy. Strategie kontrolowania zachowań konsumentów w oparciu o procesy emocjonalne i poznawcze. 6. Psychologia reklamy. Psychologia postrzegania. Uwarunkowania psychologiczne procesów percepcyjnych. Wrażliwość zmysłowa. Procesy pamięciowe a konstruowanie i emitowanie reklam. Skuteczność reklam. Mechanizmy oddziaływania reklam.		1. Przedmiot i specyfika psychologii podejmowania decyzji kadrowych. 2. Główne obszary decyzji kadrowych. 3. Myślenie diagnostyczne w procesie podejmowania decyzji kadrowych. 4. Kompetencje umysłowe. Kompetencje osobowościowe. Kompetencje interpersonalne. 5. Psychologia kompetencji. Model kompetencji. 6. Dobór kadr. Psychologiczne uwarunkowania procesu rekrutacji i selekcji. 7. Ocena i rozwój potencjału pracownika. 8. Praktyka decyzji kadrowych. Źródła organizacyjne i psychologiczne błędnych decyzji personalnych.	
	WYKAZ LITERATURY PODSTAWOWEJ I UZUPEŁNIAJĄCEJ							
	Zalecane pozycje literatury		Zalecane pozycje literatury		Zalecane pozycje literatury		Zalecane pozycje literatury	
	literatura podstawowa		literatura podstawowa		literatura podstawowa		literatura podstawowa	
	1/ L.Zbiegień-Maciąg, Analiza kultur w organizacji. Identyfikacja kultur znanych firm. PWN, Warszawa 2005. 2/ G.Hofstede, G.J.Hofstede, M.Minkov, Kultury i organizacje, PWE, Warszawa 2011.		1/ Leary- Joyce J., Psychologia sukcesu, PWE, Warszawa 2012; 2/Tyszka T., Falkowski A., Psychologia zachowań konsumenckich, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2009; 3/Cialdini R., Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2013; 4/Maison D., Utajone postawy konsumentów, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2004.		1. Zaleśkiewicz, T., Psychologia ekonomiczna. PWN, 2011. 2. A.Kiev, Psychologia ryzyka. Jak radzić sobie z niepewnością rynku, Wydawnictwo Linia, 2016.		1. A.Zawadzka, Psychologia zarządzania w organizacji, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2014. 2.M.Suchar, Rekrutacja i selekcja personelu, C.H.Beck, Warszawa 2016.	
	literatura uzupełniająca		literatura uzupełniająca		literatura uzupełniająca		literatura uzupełniająca	
	1/ P.Prokopowicz, Kultura organizacji a znaczenie pracy, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2014.		1/Bielawska- Batorowicz E., Wprowadzenie do psychologii dla ekonomistów, PWE, Warszawa 2012; 2/ Apgar D., Inteligencja ryzyka. Jak nauczyć się zarządzania niewiadomym, One Press, Warszawa 2008.		1. T.Hens, K.Bachmann, Psychologia rynku dla doradców finansowych, CeDeWu, Warszawa 2010. 2. Gielda i psychologia. Behawioralne aspekty inwestowania na rynku papierów wartościowych, CeDeWu, Warszawa 2015.		Czesław S. Nosal, Psychologia decyzji kadrowych. Strategie. Kryteria. Procedury., Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1997.	