



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	studia stacjonarne:	Z-ZB-403
	studia niestacjonarne:	Z-ZBN-403
Nazwa przedmiotu	Psychologia i socjologia w biznesie	
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Psychology and sociology in business	
Obowiązuje od roku akademickiego	2023/2024	

USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

Kierunek studiów	ZARZĄDZANIE BIZNESOWE
Poziom kształcenia	I stopień
Profil studiów	Ogólnoakademicki
Forma i tryb prowadzenia studiów	Studia stacjonarne i niestacjonarne
Zakres	Wszystkie zakresy
Jednostka prowadząca przedmiot	Katedra Zarządzania i Organizacji
Koordynator przedmiotu	dr Ewelina Okoniewska
Zatwierdził	dr hab. inż. Dariusz Bojczuk, prof. uczelni

OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

Przynależność do grupy/bloku przedmiotów	Przedmiot kierunkowy	
Status przedmiotu	Obowiązkowy	
Język prowadzenia zajęć	Polski	
Usytuowanie w planie studiów - semestr	studia stacjonarne	Semestr IV
	studia niestacjonarne	Semestr IV
Wymagania wstępne	Brak	
Egzamin (TAK/NIE)	Nie	
Liczba punktów ECTS	1	

Forma prowadzenia zajęć		wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	inne
Liczba godzin w semestrze	studia stacjonarne:	20				
	studia niestacjonarne:	12				

EFEKTY UCZENIA SIĘ

Kategoria	Symbol efektu	Efekty kształcenia	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	W01	Student ma wiedzę na temat zachowań człowieka w społeczeństwie.	ZB1_W05
	W02	Student ma wiedzę na temat norm kulturowych, wartości oraz interakcji społecznych w obszarze zarządzania.	ZB1_W08
	W03	Student ma wiedzę na temat zasad efektywnego komunikowania się w sytuacjach biznesowych	ZB1_W10
Kompetencje społeczne	K01	Student potrafi współdziałać i pracować w grupie oraz przyjmować różne role społeczne.	ZB1_K03
	K02	Student potrafi w prawidłowy sposób przedstawiać własne poglądy oraz opinie z szacunkiem dla innych osób.	ZB1_K07

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć	Treści programowe
wykład	Wprowadzenie do psychologii i socjologii. Miejsce i rola obu dyscyplin naukowych w biznesie. Coaching (w tym biznesowy) jako narzędzie komunikacji i zarządzania w biznesie. Stereotypy, uprzedzenia i dyskryminacja. Wywieranie wpływu na ludzi. Postawy i zmiana postaw. Procesy grupowe. Społeczeństwo i kultura. Pojęcie kultury: wartości i normy kulturowe, różnorodność kulturowa, etnocentryzm, wielokulturowość. Proces socjalizacji człowieka, role społeczne i tożsamość społeczna. Poznanie społeczne – w jaki sposób myślimy o świecie. Postrzeganie społeczne – w jaki sposób dochodzimy do rozumienia innych. Uzasadnianie własnego postępowania. Praca człowieka jako istotny element życia w społeczeństwie.

METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Metody sprawdzania efektów kształcenia (zaznaczyć X)					
	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Projekt	Sprawozdanie	Inne
W01			X			
W02			X			
W03			X			
K01			X			
K02			X			

FORMA I WARUNKI ZALICZENIA

Forma zajęć	Forma zaliczenia	Warunki zaliczenia
wykład	zaliczenie z oceną	Kolokwium semestralne.

NAKŁAD PRACY STUDENTA

Bilans punktów ECTS												
Lp.	Rodzaj aktywności	Obciążenie studenta										Jednostka
		studia stacjonarne					studia niestacjonarne					
		W	C	L	P	S	W	C	L	P	S	
1.	Udział w zajęciach zgodnie z planem studiów	20					12					h
2.	Inne (konsultacje, egzamin)	2					2					h
3.	Razem przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	22					14					h
4.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	0,9					0,6					ECTS
5.	Liczba godzin samodzielnej pracy studenta	3					11					h
6.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach samodzielnej pracy	0,1					0,4					ECTS
7.	Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	0					0					h
8.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym	0,0					0,0					ECTS
9.	Sumaryczne obciążenie pracą studenta	25					25					h
10.	Punkty ECTS za moduł <i>1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta</i>	1										ECTS

LITERATURA

1. Aronson E., Wilson T.D., Akert R.M., (2005) *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, Zysk i S-ka Poznań.
2. Aronson E., Aronson J. (2020) *Człowiek istota społeczna*. Wydanie nowe. Warszawa: PWN
3. Wojciszke, B. (2019) *Psychologia społeczna*. Warszawa: Scholar
4. Bauman Z.,(1999), *Nowoczesność i ponowoczesność*, w: Encyklopedia socjologii t. 2, Oficyna Naukowa, Warszawa.
5. Cialdini R., (1994), *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, GWP, Gdańsk.
6. Crisp, R., Turner, R. (2009), *Psychologia społeczna*, PWN, Warszawa.
7. Domański H., (2007), *Mechanizmy stratyfikacji i hierarchie społeczne*, w: M. Marody (red.), *Wymiary życia społecznego. Polska na przełomie XX i XXI wieku*, WN SCHOLAR, Warszawa.
8. Frysztański K., (2009), *Socjologia problemów społecznych*, SCHOLAR, Warszawa.
9. Giddens A., (2005), *Socjologia*, PWN, Warszawa.
10. Ratajczak i inni, (2016), *Psychologia w biznesie. Nowe perspektywy*, Wydawnictwo Difin, Warszawa.
11. Szlendak T., (2010), *Socjologia rodziny. Ewolucja, historia, różnicowanie*, WN PWN, Warszawa 2010.
12. Sztompka P., (2005), *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Wydawnictwo Znak, Kraków.
13. Witkowski T., (2000), *Psychomanipulacje. Jak je rozpoznawać i jak sobie z nimi radzić*, UNUS, Wrocław.
14. Rzycka, O. (2010) *Niezwykła moc zadawania pytań w zarządzaniu ludźmi*. Warszawa: Walters Kluwer Business
15. Zimbardo Ph.G., Ruch F.L., (1994), *Psychologia i życie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.