**Nazwa przedmiotu:**

Psychologia i socjologia biznesu

**Koordynator przedmiotu:**

dr Kolwas Szymon

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Zarządzanie

**Grupa przedmiotów:**

kierunkowe

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

1 / rok ak. 2020/2021

**Liczba punktów ECTS:**

2

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

2 ECTS
10h wykład +10h ćwiczenia + 28h godzin pracy indywidualnej nad projektami przygotowywanymi w zespołach: przeprowadzenie wywiadów, przygotowanie prezentacji, praca z literaturą, przygotowanie do zaliczenia +2h konsultacji= 50h

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

0,88 ECTS
10h wykład +10h ćwiczenia +2h konsultacji= 22h

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

1,6 ECTS
10h ćwiczenia + 28h godzin pracy indywidualnej nad projektami przygotowywanymi w zespołach: przeprowadzenie wywiadów, przygotowanie prezentacji, praca z literaturą, przygotowanie do zaliczenia +2h konsultacji= 40h

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład: | 10h |
| Ćwiczenia: | 10h |
| Laboratorium: | 0h |
| Projekt: | 0h |
| Lekcje komputerowe: | 0h |

**Wymagania wstępne:**

-

**Limit liczby studentów:**

- od 25 osób do limitu miejsc w sali audytoryjnej (wykład) - od 25 osób do limitu miejsc w sali laboratoryjnej (ćwiczenia)

**Cel przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest zdobycie podstawowej wiedzy dotyczącej mechanizmów psychologicznych i społecznych w obszarze działalności biznesowej oraz umiejętność zastosowania jej przy analizie i ocenie zjawisk z tego obszaru w odniesieniu do konkretnych organizacji.

**Treści kształcenia:**

A. Wykład:
1. Wpływ społeczny:
• Techniki i reguły wpływu społecznego,
• Prywatna akceptacja i publiczny konformizm,
• Normatywny wpływ społeczny
• Informacyjny wpływ społeczny
• Konformizm i autorytet
2. Grupa społeczna:
• Mechanizmy integracyjne, Spójność grupy,
• Zadaniowe funkcjonowanie grupy – facylitacja i hamowanie społeczne
• Skład grupy i struktura zadania
3. Komunikowanie się w organizacji
• Komponenty procesu komunikowania się
• Komunikowanie werbalne, niewerbalne, pisemne, publiczne
• Bariery komunikacyjne i ich przezwyciężanie
4. Przywództwo:
• Wyłanianie przywódcy
• Style kierowania
• Podstawy władzy
5. Kultura organizacyjna i klimat organizacyjny
• Bezpieczeństwo a kultura organizacyjna
• Stres a zdrowie
• Stres a kultura organizacyjna
6. Motywacja:
• Popędy i podniety
• Dysonans poznawczy
• Atrybucje dotyczące przyczyn wyników zachowań
• Teoria równowagi i teoria oczekiwań
B. Ćwiczenia:
Odpowiadają zakresowi merytorycznemu wykładu
Zaplanowanie i przygotowanie komunikacji w organizacji przy zastosowaniu wiedzy dot. mechanizmów psychospołecznych
• Plakat/poster
• Materiał audiowizualny
• Komunikat pisemny
• Wypowiedź publiczna
• Spotkanie twarzą w twarz

**Metody oceny:**

A. Wykład:
1. Ocena formatywna: Pytania i dyskusja nad zagadnieniami z wykładu 2. Ocena sumatywna: Kolokwium końcowe
B. Ćwiczenia:
1. Ocena formatywna: prezentacja wykonanego zadania
2. Ocena sumatywna: zespołowe przygotowanie i przeprowadzenie prezentacji podsumowującej
C. Końcowa ocena z przedmiotu: Ocena końcowa z przedmiotu obliczana jest jako średnia arytmetyczna ocen z wykładu i ćwiczeń. Przedmiot uznaje się za zaliczony jeśli zarówno ocena z wykładu jak i ćwiczeń wynosi co najmniej 3,0.

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Obowiązkowa;
1. Rożnowski B., Fortuna P., 2020, Psychologia biznesu, Warszawa: PWN
2. Stankiewicz J., 1999, Komunikowanie się w organizacji, Wrocław: Astrum
3. Falkowski Andrzej, Tyszka Tadeusz, 2009, Psychologia zachowań konsumenckich, Gdańsk: GWP
4. Kalat James W., 2006, Biologiczne podstawy psychologii, Warszawa: PWN
5. Zimbardo P., Gerrig R., 2006, Psychologia i Życie, Gdańsk, GWP
6. Aronson Elliot, Wilson Timothy D., Akert Robin M., 2006, Psychologia Społeczna, Poznań: Zysk i S-ka
7. Doliński D., 2008, Techniki wpływu społecznego, Warszawa: SCHOLAR
8. Cialdini R. B., 2016, Wywieranie wpływu na ludzi: teoria i praktyka, Gdańsk: GWP
9. Wojciszke B., 2017, Psychologia Społeczna, Warszawa: SCHOLAR
Uzupełniająca: -

**Witryna www przedmiotu:**

www.olaf.wz.pw.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Efekt Z1\_W06, Z1\_W08, Z1\_W10, Z1\_W14:**

Wiedza - absolwent zna i rozumie: teorie oraz ogólną metodologię badań w zakresie psychologii i socjologii biznesu, ze szczególnym uwzględnieniem technik i reguł wpływu społecznego, procesów grupowych oraz zagadnienia przywództwa,
teorie oraz ogólną metodologię badań w zakresie przedsiębiorczości, ze szczególnym uwzględnieniem kreowania postaw przedsiębiorczych i podejmowania wyzwań związanych z rozwojem przedsiębiorczości;
charakter, miejsce i znaczenie nauk społecznych w ogólnym systemie nauk oraz ich relacje do nauk technicznych; cechy człowieka jako twórcy i uczestnika kultury organizacyjnej

Weryfikacja:

kolokwium, prezentacja

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt Z1\_U04:**

Umiejętności - absolwent potrafi: identyfikować i interpretować podstawowe zjawiska i procesy społeczne z wykorzystaniem wiedzy z zakresu psychologii i socjologii biznesu, ze szczególnym uwzględnieniem procesów grupowych i psychologii wpływu społecznego

Weryfikacja:

kolokwium, prezentacja

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Efekt Z1\_K01, Z1\_K04:**

Kompetencje społeczne - absolwent jest gotów do: krytycznej oceny posiadanej wiedzy; myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy

Weryfikacja:

kolokwium, prezentacja

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**