

Nazwa przedmiotu		Psychologia menedżerska				Kod ECTS	14.3.E.SZ.1842				
						Pkt.ECTS	6				
Jednostka prowadząca przedmiot		ITiHM	Nazwa kierunku		Ekonomia	Nazwa specjalności		IWG;			
Nazwisko prowadzącego		prof. UG dr hab. Jacek Winiarski									
Forma zajęć/Liczba godzin											
Wykład	0	Ćwiczenia	30	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		1 SS2,			
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):				30	Semestr:		1,				
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):				45	Status przedmiotu:		Obligatoryjny				
Sumaryczna liczba godzin:				75	Język wykładowy:		polski				
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia w sali dydaktycznej. Wydział Ekonomiczny									
Metody dydaktyczne		Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Dyskusja na zajęciach konwersatoryjnych, Projekty indywidualne, Aktywność w grupach, współpraca, Studia przypadków,									
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi											
Wymagania formalne		Brak wymagań formalnych									
Wymagania wstępne		Znajomość podstaw ekonomii, psychologii oraz mediów społecznościowych									
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny											
Sposób zaliczenia		Zaliczenie na ocenę									
Kryteria oceny		<p>Sposób zaliczenia projektu (ćwiczenia): wykonanie projektu indywidualnego (studium przypadku) i jego prezentacja w trakcie zajęć.</p> <p>Sposób zaliczenia egzaminu (wykłady): pisemny test na platformie Moodle obejmujący treści programowe zajęć, oceniany wg algorytmu:</p> <p>a) ocena bdb - powyżej 94% wymaganej wiedzy i umiejętności (95-100%),</p> <p>b) ocena db+ powyżej 80% wymaganej wiedzy i umiejętności (81-94%),</p> <p>c) ocena db powyżej 70% wymaganej wiedzy i umiejętności (70-80%),</p> <p>d) ocena dst+ powyżej 60% wymaganej wiedzy i umiejętności (60-69%),</p> <p>f) ocena dst powyżej 51% wymaganej wiedzy i umiejętności (51-59%),</p> <p>g) ocena ndst. 50% i poniżej wymaganej wiedzy i umiejętności (0-50%).</p>									
Cele przedmiotu											
Student będzie posiadał wiedzę na temat wykorzystania wybranych aspektów psychologii w procesach decyzyjnych, kognitywistyki, sztucznej inteligencji, ryzyka i zarządzania zmianą. Nabędzie również wiedzę z zakresu psychologii zachowań konsumentów w Internecie jak i zasad budowy i funkcjonowania sieci społecznościowych.											
Efekty uczenia się											
Wiedza		E2_W03	Ma pogłębioną wiedzę psychologiczną o relacjach interpersonalnych powstających między zjawiskami, podmiotami i organizacjami gospodarczymi oraz instytucjami publicznymi funkcjonującymi w sferze krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej								
		E2_W07	Ma pogłębioną perspektywę psychologiczną na temat zasad ekonomicznych i finansowych funkcjonowania oraz zarządzania podmiotami i organizacjami gospodarczymi, a także o systemach norm i reguł prawnych, organizacyjnych, zawodowych, moralnych i etycznych organizujących struktury i instytucje publiczne, zarówno w sferze krajowej, jak i międzynarodowej								
		E2_W08	Ma pogłębioną wiedzę psychologiczną o procesach zachodzących w przedsiębiorstwach oraz organizacjach gospodarczych i na styku z obszarami pokrewnymi, a także o procesach zmian instytucji publicznych, zna metody badania prawidłowości rządzących								

	tymi zmianami, uwzględniając wpływ na nie interesariuszy zewnętrznych
--	---

Weryfikacja efektów uczenia się - Wiedza

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E2_W03	X					X		X	X	X	
E2_W07	X					X		X	X	X	
E2_W08	X					X		X	X	X	

Umiejętności

E2_U01	Potrafi twórczo interpretować i wyjaśniać zjawiska gospodarcze i społeczne oraz relacje między tymi zjawiskami, korzystając z posiadanej wiedzy z zakresu ekonomii, psychologii finansów i nauk o zarządzaniu
E2_U02	Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę psychologiczną do opisu i analizowania przyczyn i przebiegu procesów i zjawisk gospodarczych i społecznych oraz potrafi formułować własne opinie i krytycznie dobierać dane i metody analiz na podstawie dorobku nauk ekonomicznych i społecznych
E2_U07	Potrafi samodzielnie proponować rozwiązania (w aspekcie psychologicznym) złożonego problemu gospodarczego lub społecznego, dobierać metody analizy i przeprowadzenia rozstrzygających procedur w tym zakresie

Weryfikacja efektów uczenia się - Umiejętności

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E2_U01	X				X	X		X	X	X	
E2_U02	X				X	X		X	X	X	
E2_U07	X				X	X		X	X	X	

Kompetencje

E2_K03	Potrafi samodzielnie proponować psychologiczne rozwiązania złożonego problemu gospodarczego lub społecznego, dobierać metody analizy i przeprowadzenia rozstrzygających procedur w tym zakresie
E2_K04	Jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, nabywa odporność na porażki, umie ocenić ryzyko i zagrożenia oraz znajdować sposoby przeciwdziałania ich skutkom
E2_K05	Prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga psychologiczne dylematy oraz różne warianty rozwiązań związane z wykonywaniem zawodu

Weryfikacja efektów uczenia się - Kompetencje

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E2_K03	X				X	X		X	X	X	
E1_K04	X				X	X		X	X	X	
E2_K05	X				X	X		X	X	X	

Treści programowe

1. Psychologia współczesnych procesów decyzyjnych w biznesie (zarządzanie zmianą),
2. Psychologia kognitywna - aplikacja w przedsiębiorstwie,

3. Sztuczna inteligencja (AI) w biznesie - dylematy psychologiczne,
4. Psychologia zarządzanie ryzykiem,
5. Sieci społecznościowych w Internecie - psychologiczne aspekty budowy i funkcjonowania,
6. Psychologia zachowań konsumentów w Internecie.

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej

Literatura obowiązkowa

1. Sanders N.R., Wood J.D., (2019) The humachine: Humankind, machines, and the future of enterprise, D'Amore McKim School of Business, Northeastern University, Boston, United States, ISBN 978-042900117-8, 978-113857135-8, DOI 10.4324/9780429001178

2. Abhari K., Vomero A., Davidson E.J., (2020) Psychology of business intelligence tools: Needs-affordances-features perspective, ISSN 15301605, ISBN 978-099813313-3, <https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/bitstream/10125/64344/1/0486.pdf>

Literatura uzupełniająca

3. Jochheim E., (2021) AI powered management through individualization: The dawn of a new management era, DOI 10.5171/2021.339133, <https://ibimapublishing.com/articles/JHRMR/2021/339133/339133.pdf>

Kontakt

Jacek.Winiarski@ug.edu.pl,