Nazwa przedmiotu	Psychologia biznesu	Kod ECTS	14.3.E.SZ.2368
		Pkt.ECTS	4

Jednostka prowadząca przedmiot	ITiHM	Nazwa kierunku	MSG	Nazwa specjalności	MEM;

Nazwisko prowadzącego	prof. UG dr hab. Jacek Winiarski

Forma zajęć/Liczba godzin											
Wykład	15	Ćwiczenia	0	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0

Forma aktywności		Rok i rodzaj studiów:	2 SS2,
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):	30	Semestr:	3,
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):	70	Status przedmiotu:	Obligatoryjny
Sumaryczna liczba godzin:	100	Język wykładowy:	polski

Sposób realizacji zajęć	Zajęcia w sali dydaktycznej.
Metody dydaktyczne	Wykłady z prezentacjami multimedialnymi,

Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi

Wymagania formalne	Wymagane jest zaliczenie przedmiotu *Psychologia społeczna.*
Wymagania wstępne	Wymagana jest ogólna kultura z obszaru ekonomii i psychologii.

Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny

Sposób zaliczenia	Zaliczenie na ocenę
Kryteria oceny	Skala ocen zgodnie z Regulaminem studiów UG.

Cele przedmiotu

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów (z perspektywy teoretycznej i praktycznej) z możliwościami współczesnych narzędzi psychologicznych służących wspieraniu prowadzenia działalności gospodarczej.

Efekty uczenia się

Wiedza	MSG2_W01	Student ma rozszerzoną wiedzę z zakresu nauk ekonomicznych, w szczególności ekonomii, ich miejscu w systemie nauk i relacjach do innych nauk.
	MSG2_W06	Student dysponuje poszerzoną wiedzą z zakresu podstawowych obszarów funkcjonowania współczesnego przedsiębiorstwa, w tym na rynku międzynarodowym.
	MSG2_W07	Student posiada poszerzoną wiedzę o człowieku, jako jednostce podejmującej decyzje ekonomiczne, działającym w strukturach społecznych i jednostkach organizacyjnych, w szczególności w przedsiębiorstwach, w tym również prowadząc indywidualną działalność gospodarczą.
	MSG2_W14	Student ma szczegółową wiedzę z zakresu zarządzania podmiotem gospodarczym na rynku krajowym i międzynarodowym, w tym w szczególności z zakresu zarządzania łańcuchem dostaw w międzynarodowej wymianie towarowej.
	MSG2_W15	Student posiada pogłębioną wiedzę dotyczącą funkcjonowania podmiotów gospodarczych w otoczeniu krajowym i międzynarodowym.

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
MSG2_W01	X							X	X		
MSG2_W06	X							X	X		
MSG2_W07	X							X	X		
MSG2_W14	X							X	X		
MSG2_W15	X							X	X		

Wszystkie prawa zastrzeżone (c) Jacek Winiarski

Umiejętności	MSG2_U02	Student umie wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną w praktyce, w odniesieniu do funkcjonowania podmiotów gospodarczych na rynku międzynarodowym, ze szczególnym uwzględnieniem rynku Unii Europejskiej (w powiązaniu z wybraną specjalnością na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze). Umie wykorzystywać wiedzę do podejmowania nowych wyzwań, rozstrzygania dylematów pojawiających się w pracy zawodowej oraz potrafi sprawnie rozwiązywać problemy zawodowe. Potrafi zidentyfikować wybrane rodzaje ryzyk związanych z działalnością międzynarodową przedsiębiorstw oraz określić prawidłowo ich konsekwencje.
	MSG2_U04	Student potrafi dokonywać obserwacji i analiz procesów gospodarczych zachodzących w gospodarce otwartej, potrafi interpretować niezbędne w tym zakresie dane statystyczne oraz wskaźniki ekonomiczne, a także prognozować procesy i zjawiska gospodarcze z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi w naukach ekonomicznych.
	MSG2_U05	Student sprawnie posługuje się regułami i standardami dotyczącymi działalności gospodarczej, w celu rozwiązania konkretnych problemów, w szczególności tych wynikających ze współpracy międzynarodowej (w powiązaniu z wybraną specjalnością na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze).
	MSG2_U06	Student umie wykorzystywać wiedzę do podejmowania nowych wyzwań, do samodzielnego rozstrzygania problemów pojawiających się w pracy zawodowej, związanych z funkcjonowaniem w środowisku wielokulturowym i w odmiennych systemach prawnych i politycznych; charakteryzuje się krytycznym podejściem.
	MSG2_U11	Student potrafi zidentyfikować podstawowe rodzaje ryzyk związanych z działalnością międzynarodową przedsiębiorstw oraz określić prawidłowo ich konsekwencje i metody ich ograniczania, przy umiejętnym wykorzystaniu wiedzy teoretycznej, z zastosowaniem określonej metody badawczej.
	MSG2_U12	Student posiada umiejętność prezentowania własnego stanowiska, wątpliwości i sugestii, popierając je argumentacją opartą na wybranych teoriach, poglądach różnych autorów i/lub danych statystycznych.

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
MSG2_U02	X							X	X		
MSG2_U04	X							X	X		
MSG2_U05	X							X	X		
MSG2_U06	X							X	X		
MSG2_U11	X							X	X		
MSG2_U12								X	X		

Kompetencje	MSG2_K01	Student potrafi współpracować w zespole, w tym przyjmować różne role zespołowe, posiada elementarne umiejętności organizacyjne, które pozwalają na realizację celów związanych z projektowaniem i podejmowaniem działań zawodowych w sposób właściwy komunikuje się z otoczeniem. Potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania oraz ponosić odpowiedzialność za podejmowane działania. Potrafi efektywnie uczestniczyć w podejmowaniu i realizacji grupowych zadań projektowych dotyczących funkcjonowania współczesnych podmiotów gospodarczych w warunkach postępującego umiędzynarodawiania działalności gospodarczej i rozwoju procesów integracyjnych.Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy. Ma świadomość ważności zachowania się w życiu zawodowym w sposób profesjonalny, etyczny, z poszanowaniem różnorodności poglądów i kultur; kieruje się społeczną odpowiedzialnością biznesu.
	MSG2_K04	Student prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga skomplikowane dylematy związane z wykonywaniem zawodu.
	MSG2_K05	Student potrafi efektywnie uczestniczyć w podejmowaniu i realizacji grupowych zadań projektowych dotyczących funkcjonowania współczesnych podmiotów gospodarczych oraz gospodarki, jako całości w warunkach postępującego umiędzynarodawiania działalności gospodarczej i rozwoju procesów integracyjnych.

Wszystkie prawa zastrzeżone (c) Jacek Winiarski

	MSG2_K06	Student potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy.

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
MSG2_K01	X							X	X		
MSG2_K04	X							X	X		
MSG2_K05	X							X	X		
MSG2_K06	X							X	X	X	

Treści programowe

1. Wybrane zagadnienia psychologii ogólnej i psychologii biznesu
Celem wykładu będzie zapoznanie studentów z podstawowymi zmiennymi psychologicznymi i pokazanie działania tych zmiennych w rzeczywistych sytuacjach. Zajęcia będą realizowane przede wszystkim z wykorzystaniem studiów przypadków. Studenci będą analizowali funkcjonowanie osób w konkretnych przypadkach wykorzystując przy tym prezentowane w czasie zajęć prawidłowości psychologiczne.
Szczegółowa tematyka zajęć:
· Potrzeby człowieka, możliwości i sposoby ich zaspokojenia; utrudnienia w realizacji potrzeb, frustracja i mechanizmy obronne.
· Procesy poznawcze (spostrzeganie, myślenie, pamięć), podstawowe prawidłowości i zakłócenia ich przebiegu.
· Procesy emocjonalno-motywacyjne i ich wpływ na procesy poznawcze i zachowanie (zmiany przebiegu procesów poznawczych i zachowania powstałe w wyniku działania emocji oraz motywacji).
· Mechanizmy uczenia się (warunkowanie, nabywanie wiedzy); czynniki wspomagające uczenie się.

2. Teoria komunikacji, perswazja oraz obrona przed manipulacją
Celem wykładu jest utrwalenie u słuchaczy umiejętności (i nawyku) analizowania własnych działań w obszarze komunikacji interpersonalnej w kategoriach skuteczności i nieskuteczności.
Szczegółowa tematyka zajęć:
· Podstawowe pojęcia teorii komunikacji. Komunikacja indywidualna i masowa, werbalna i niewerbalna, komunikaty informujące i nakłaniające. Tożsamość pojęć: komunikacja i perswazja. Przegląd modeli komunikacji międzyludzkiej.
· Naiwne formy manipulacji: presja, szantaż, kłamstwo. Jawność i niejawność celu komunikacyjnego. Pojęcie presji. Struktura szantażu i jego typy: operowanie strachem i poczuciem winy. Warunki skuteczności szantażu. Obrona przed presją i szantażem. Rodzaje kłamstw i ich symptomy.
· Dwutorowość procesów komunikacyjnych. Argumentacja a perswazja. Rola czynników persfazyjnych. Struktura procesu perswazyjnego. Model ELM, jego baza empiryczna i zastosowania.
· Czynnik psychologiczny w perswazji i zaawansowane techniki manipulacyjnych. Mechanizmy: wzajemności, konsekwencji, adaptacji społecznej, sympatii, autorytetu, niedostępności i związane z nim techniki wpływu społecznego.
· Komunikacja niewerbalna. Typologia komunikatów niewerbalnych NVC. Błędy w interpretacji sygnałów niewerbalnych. Sygnały dominacji i podporządkowania, sygnały pozytywnego i negatywnego nastawienia odbiorcy do nadawcy. Problem zgodności sygnałów na wszystkich kanałach komunikacyjnych. Praktyczne wykorzystanie NVC.
· Manipulacje komunikacyjne w praktyce: przesłuchanie podejrzanego, środki komunikacyjne werbalne i niewerbalne stosowane w celu nakłonienia podejrzanego do przyznania się. Sygnały winy i niewinności.

3. Negocjacje
Celem wykładu będzie zapoznanie studentów z metodami i narzędziami przygotowania się do prowadzenia negocjacji oraz praktykowanie umiejętności negocjacyjnych. Zrozumienie podstaw skutecznych negocjacji z partnerami zewnętrznymi firmy. Zapoznanie z podstawowych strategii i taktyk negocjacyjnych. Teoria negocjacji będzie przedstawiona na przykładzie gier symulacyjnych, które uczestnicy rozgrywają na zajęciach.
Szczegółowa tematyka zajęć:
· Określenie negocjacji.

· Sukces negocjacji.
· Przygotowanie do negocjacji: interesy, kwestie, kryteria, propozycje, zobowiązania, komunikowanie się.
· Zasady prowadzenia negocjacji.
· Elementy perswazji.
· Ustępowanie w negocjacjach.
· Obietnice i groźby.
· Podstępne taktyki negocjacyjne.
· Etyka w negocjacjach.

4. Psychologia zachowań konsumenckich
Celem wykładu jest przyswojenie przez studentów wiedzy na temat tego, co się dzieje w umyśle ludzkim podczas nabywania

Wszystkie prawa zastrzeżone (c) Jacek Winiarski

dóbr i usług. Ważne jest zarówno to, co konsument odczuwa wcześniej, zanim przyjdzie do sklepu, jak i to, co się dzieje w jego umyśle, gdy pojawia się problem wyboru.
Szczegółowa tematyka zajęć:
· Sposób wpływania na konsumenta zmasowanej informacji w postaci reklamy. Przedstawione będzie jaki sposób konsument odbiera tę informację oraz w jaki sposób kształtują się jego postawy wobec oferowanych produktów i usług. Poruszone zostaną także emocjonalne i racjonalne aspekty odbioru reklamy, czyli: procesy automatycznego i refleksyjnego przetwarzania informacji, neurofizjologiczne podstawy lubienia danych produktów.
· Problematyka segmentacji rynku w tym w szczególności segmentacji psychograficznej, która stanowi najbardziej uzasadnioną podstawę identyfikacji grup konsumentów o wyraźnie wyodrębnionych potrzebach.
· Problematyka znaku towarowego wraz z implikacjami dla strategii rozszerzania znaku, a także dla kwestii naruszania prawa o rejestracji znaku towarowego.
· Różne kategorie wyborów konsumenckich: refleksyjne, powtarzalne (oparte na przywiązaniu do marki), niezaplanowane.
· Znaczenie ceny i reakcje na nią konsumenta - wysoka cena produktu jest generalnie czynnikiem zniechęcającym do zakupu, ale związek ceny z decyzją o zakupie jest dużo bardziej złożony.

5. Szkolenie umiejętności kierowniczych
Celem wykładu jest uświadomienie studentom zagrożeń związanych z posiadaniem władzy. Słuchacze poznają bariery komunikacyjne i sposoby ich przezwyciężania. Dowiadują się, jakie czynniki motywują a jakie demotywują pracowników i jak można na nie wpływać.
Szczegółowa tematyka zajęć:
· Poznanie podstawowych praw zachowania asertywnego.
· Diagnoza poziomu asertywności własnej.
· Poznanie i trening wybranych technik asertywnych zachowań.
· Budowanie autorytetu.
· Motywowanie przez rozwój.
· Motywowanie przez styl kierowania.
· Motywowanie przez czynniki indywidualne.
· Instruowanie i reagowanie na błędy.

6. Psychologia organizacji i przywództwa
Celem wykładu jest zapoznanie studentów z zasadami zarządzania organizacjami i funkcjonowania grup oraz ze specyficznymi umiejętnościami przywódczymi. Studenci dowiedzą się jak budować w organizacji gospodarczej zaufanie i zaangażowanie.
Szczegółowa tematyka zajęć:
· Zarządzanie: pojęcie, funkcje i cechy, narzędzia zarządzania, planowanie i prognozowanie.
· Grupa - wprowadzenie: definicja, przyczyny powstawania i stadia rozwoju, cechy i rodzaje grup: swoi i obcy, wpływ grupy na zachowanie członków - role, normy, zwartość, konformizm, grupy a organizacja.
· Grupowe podejmowanie decyzji: etapy procesu podejmowania decyzji, zalety i wady grupowego podejmowania decyzji, metody grupowego podejmowania decyzji, syndrom grupowego myślenia, decyzje indywidualne i grupowe - porównanie.
· Konflikty związane z funkcjonowaniem grupy: konflikty przełożony - podwładny, konflikty między członkami grupy, konflikty międzygrupowe, między konfliktem a współpracą, od grupy do zespołu.
· Różne punkty widzenia przywództwa.
· Przywództwo i proces komunikowania się.
· Dlaczego ludzie chcą być przywódcami?
· Efektywni i nieefektywni przywódcy.
· Przywódca, jako: artysta, rzemieślnik, technokrata.
· Przywództwo a budowanie kultury organizacyjnej (np. rynek czy klan?).

7. Trening umiejętności menedżerskich
Wykład z zakresu umiejętności menedżerskich ma na celu dostarczenie studentom okazji do zdobycia wiedzy na temat kluczowych umiejętności menedżerskich, analizy własnych umiejętności w zakresie zarządzania oraz ich doskonalenia z wykorzystaniem technik ćwiczeniowych.
Szczegółowa tematyka zajęć:
· Zarządzanie sobą: analiza celów życiowych i posiadanych zasobów, opracowywanie strategii życiowej, zarządzanie czasem, jako metoda wdrażania strategii życiowej.
· Zarządzanie własnym szefem: analiza transakcyjna, jako metoda poznania wzajemnych relacji,typologia przełożonych, sposoby komunikowania się z przełożonym, strategie zarządzania własnym szefem.
· Współpraca z osobami odmiennej płci: płeć a styl komunikowania się, bariery we wzajemnym zrozumieniu miedzy płciami, specyfika motywowania kobiet i mężczyzn, doskonalenie wzajemnej współpracy.

8. Dylematy społeczne psychologii biznesu
Celem wykładu będzie przedstawienie najczęstszych dylematów społecznych (relewantnych do biznesu) i sposobów ich rozwiązywania.
Szczegółowa tematyka zajęć:
· Wprowadzenie w problematykę: zachowania prospołeczne od zależności (pomaganie) do współzależności (kooperacja - rywalizacja).
· Relacje interesów: zgodność interesów, konflikt, typy konfliktów, konflikty interpersonalne, między jednostką a grupą, jednostką a społecznością lokalną, jednostką a państwem, rola teorii i metody w badaniach nad konfliktem,
· Podstawowe założenia o (racjonalnej) naturze człowieka.

Wszystkie prawa zastrzeżone (c) Jacek Winiarski

· Teoria decyzji i symulacje eksperymentalne.
· Dylematy społeczne: dylematy ograniczonych zasobów i dylematy dóbr publicznych.
· Czy człowiek jest rzeczywiście racjonalny? Czy jest prospołeczny? Przegląd wyników badań eksperymentalnych: relacja zysków i strat, taktyka partnera komunikacja, wielkość grupy,tożsamość społeczna, motywacja, czyli orientacje społeczne, czyli indywidualne preferencje alokacyjne.
· Orientacje społeczne a subiektywna reprezentacja świata społecznego, wartościowanie, zachowanie.
· Sytuacyjna zmienność orientacji.
· Kontrola nad alokacjami: preferencje dotyczące rodzaju i wielkość kontroli nad sobą i innymi.
· Zaufanie i gotowość do cedowania kontroli na innych aktorów społecznych.
· Analiza wybranych dylematów w kontekście społecznym (interpersonalnym, międzygrupowym, makro-społecznym): dylemat marznącego mieszczanina, dylemat podatnika, dylemat bohatera, dylemat farmera, dylemat zimnych wojen.

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej

Literatura podstawowa:

Tokarz M., *Argumentacja. Perswazja. Manipulacja. Wykłady z teorii komunikacji.* Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2006
Tyszka T., Falkowski A., *Psychologia zachowań konsumenckich*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2009
Tyszka T., *Psychologiczne pułapki oceniania i podejmowania decyzji*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2000
Tyszka T., Zaleśkiewicz T., *Racjonalność decyzji. Pewność i ryzyko*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2001
Zaleśkiewicz T., *Psychologia inwestora giełdowego*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2003
Zielonka P., *Behawioralne aspekty inwestowania na rynku papierów wartościowych,* CeDeWu, Warszawa 2008

Literatura uzupełniająca:

Bunge M., *Social Science under Debate: A Philosophical Perspective,* University of Toronto Press, Toronto 1999
Clippinger J. H., *The Biology of Business: Decoding the Natural Laws of Enterprise*, Jossey Bass, 1999
Cover T. M., Thomas J. A., *Elements of Information Theory*, WileyBlackwell, 2006
Kahneman D., Slovic P., Tversky A., Judgment *under Uncertainty: Heuristics and Biases,* Cambridge University Press, Boston 1982

Kontakt	Jacek.Winiarski@ug.edu.pl,

Wszystkie prawa zastrzeżone (c) Jacek Winiarski