

PROGRAM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH  
**Psychologia w Zarządzaniu**  
Obowiązuje od roku akademickiego 2021/2022

**Część I. Informacje ogólne**

1. Nazwa jednostki prowadzącej kształcenie: **Instytut Zarządzania**
2. Ogólne cele kształcenia: przekazanie uczestnikom studiów podyplomowych aktualnej wiedzy dotyczącej zarządzania wybranymi obszarami działalności organizacji, z punktu widzenia problemów psychologicznych, które z tymi obszarami się wiążą; zdobycie przez uczestników studiów podyplomowych umiejętności identyfikacji tych problemów i ich rozwiązywania w celu podniesienia skuteczności działania organizacji. Studia Podyplomowe Psychologia w Zarządzaniu skierowane są do wszystkich osób zainteresowanych psychologicznym podejściem do zarządzania, w szczególności zaś skierowane są do przedsiębiorców oraz menedżerów wszystkich szczebli, zamierzających uzupełnić swoje kompetencje kierownicze.
3. Umieszczenie studiów w dyscyplinie/dyscyplinach naukowych, do których odnoszą się efekty uczenia się: nauki o zarządzaniu i jakości, psychologia
4. Wskazanie, w jaki sposób w procesie definiowania efektów uczenia się uwzględniono zapotrzebowanie otoczenia społeczno-gospodarczego - Uwzględniono potrzeby potencjalnych beneficjentów. Zapotrzebowanie dotyczy posiadania zarówno ogólnej wiedzy z zakresu psychologii, zarządzania ludźmi czy marketingu, jak i szczegółowej wiedzy psychologicznej odnoszącej się do tych obszarów zarządzania. Efekty uczenia się tworzone po przeprowadzeniu analizy aktualnego stanu współczesnych organizacji. W procesie tym zwrócono uwagę na złożoność zachodzących w nich procesów wewnętrznych oraz na zmienność otoczenia.
5. Liczba semestrów: 2
6. Łączna liczba punktów ECTS umożliwiająca ukończenie studiów podyplomowych: 38

7. Łączna liczba godzin zajęć na studiach podyplomowych: 186
8. Wymagania wstępne (oczekiwane kompetencje kandydata): oprócz wymaganego wykształcenia wyższego, innych warunków nie określono.
9. Kwalifikacje nadawane po ukończeniu studiów podyplomowych na poziomie: 7
10. Zaopiniowano na Radzie Instytutu Zarządzania w dniu 14.04.2021 r.

## Część II. Efekty uczenia się

Symbol opisu charakterystyk II stopnia PRK	Symbol efektu uczenia się	Opis efektu uczenia się
Wiedza, absolwent zna i rozumie		
P7S_WG	SP7_WG01	istotę, zasady, funkcje, instrumenty zarządzania organizacją
	SP7_WG02	podstawowe teorie i prawa dotyczące zachowania człowieka, interakcji międzyludzkich oraz relacji człowieka z otoczeniem
	SP7_WG03	podstawowe teorie i prawa dotyczące procesów psychicznych i zachowań ludzi w sytuacjach społecznych, w tym w stosunkach pracy
	SP7_WG04	etapy i instrumenty realizacji funkcji personalnej w przedsiębiorstwie
	SP7_WG05	istotę, zasady, instrumenty działań marketingowych organizacji
	SP7_WG06	główne modele przywództwa oraz wady i zalety poszczególnych postaw lidera w organizacji
	SP7_WG07	teorie i instrumenty motywowania pracowników
	SP7_WG08	techniki oddziaływania na klienta w procesie sprzedaży
	SP7_WG09	istotę zarządzania wiedzą oraz style efektywnego przyswajania wiedzy
	SP7_WG10	istotę komunikacji interpersonalnej, jej rodzaje i znaczenie
	SP7_WG11	znaczenie i sposoby przygotowania wystąpień publicznych i budowania pierwszego wrażenia
	SP7_WG12	istotę asertywności, jej znaczenie oraz sposoby podnoszenia jej poziomu
	SPS_WG13	istotę negocjacji oraz ich etapy i wykorzystywane w nich techniki
P7S_WK	SP7_WK01	uwarunkowania powstawania zachowań kontrproduktywnych w miejscu pracy, ich rodzaje i sposoby walki z tymi zachowaniami
	SP7_WK02	uwarunkowania zachowań konsumenta na rynku oraz sposoby i instrumenty pozwalające wpływać na te zachowania

	SP7_WK03	uwarunkowania skuteczności wykorzystywanych instrumentów promocji
	SP7_WK04	uwarunkowania działań w ramach funkcji personalnej
	SP7_WK05	uwarunkowania powstawania konfliktów i kryzysów w organizacji oraz sposoby przeciwdziałania im
	SP7_WK06	uwarunkowania zachowań człowieka na rynku pracy
Umiejętności, absolwent potrafi:		
P7S_UW	SP7_UW01	interpretować i wyjaśniać zachowania różnych podmiotów na rynku pracy
	SP7_UW02	wskazać zgodny z zasadami savoir vivre sposób zachowania się w różnych sytuacjach biznesowych
	SP7_UW03	zdiagnozować występowanie w organizacji zachowań kontrproduktywnych i zaproponować sposoby przeciwdziałania
	SP7_UW04	interpretować i wyjaśniać zachowania nabywców
	SP7_UW05	zaprojektować proces sprzedaży i wybrać adekwatne do sytuacji techniki sprzedaży
P7S_UK	SP7_UK01	określić bariery w skutecznej komunikacji z różnymi grupami odbiorców i dopasować styl i formę komunikacji do potrzeb odbiorców
	SP7_UK03	dopasować metody i instrumenty komunikacji marketingowej do potrzeb poszczególnych grup podmiotów na rynku
	SP7_UK02	przygotować i przeprowadzić negocjacje z różnymi partnerami
	SP7_UK05	asertywnie odmawiać i przyjmować opinie innych osób
	SP7_UK04	w sposób profesjonalny przygotować wystąpienie publiczne
P7S_UO	SP7_UO01	budować pozycję lidera w zespole poprzez wybór odpowiedniego stylu przywództwa
	SP7_UO02	określić potrzeby członków zespołu i dopasować do nich instrumenty motywacji
	SP7_UO03	zdiagnozować konflikt w zespole i wybrać adekwatny sposób jego rozwiązania
P7S_UU	SP7_UU02	podnosić umiejętność walki z nieetycznymi zachowaniami w miejscu pracy
	SP7_UU01	wykorzystywać wskazania stylów efektywnego uczenia się, aby poprawiać efektywność pracy własnej i innych
Kompetencje społeczna, absolwent jest gotów do:		
P7S_KK	SP7_KK01	krytycznej oceny obserwowanych w organizacji zjawisk w obszarze zarządzania ludźmi i marketingu i ustalania niezbędnych działań interwencyjnych
	SP7_KK02	uznawania znaczenia wiedzy i opinii ekspertów w rozwiązywaniu problemów w obszarze zarządzania ludźmi i marketingu
P7S_KO	SP7_KO01	inspirowania współpracowników do działania na rzecz organizacji i otoczenia
	SP7_KO02	twórczego myślenia i działania w sposób kreatywny w obszarze zarządzania ludźmi i marketingu
P7S_KR	SP7_KR01	przestrzegania zasad etyki w relacjach interpersonalnych i w stosunkach rynkowych

### **Część III. Opis procesu prowadzącego do uzyskania efektów uczenia się**

#### **Treści programowe zajęć lub grup zajęć**

##### **Grupa zajęć 1 Przedmioty wprowadzające**

**Symbole efektów uczenia się:**

**SP7\_WG01, SP7\_WG02, SP7\_WG03, SP7\_WG04, SP7\_WG05, SP7\_WK04,  
SP7\_KK02**

Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się przypisanych do zajęć lub grup zajęć

##### **Podstawy psychologii**

Treści programowe obejmą takie zagadnienia jak:

- podstawowe informacje o psychologii
- podstawowe pojęcia związane ze sferą psychiczną człowieka
- czynniki wpływające na rozwój człowieka
- główne kierunki w psychologii

##### **Podstawy psychologii społecznej**

Treści programowe obejmą takie zagadnienia jak:

- podstawowe informacje o psychologii społecznej
- metody badawcze w psychologii społecznej
- analiza struktur społecznych i ról grupowych
- mechanizmy grupowe
- zachowania prospołeczne

##### **Wprowadzenie do marketingu**

Treści programowe obejmą takie zagadnienia jak:

- istota marketingu, zasady działań marketingowych
- podstawowe informacje o kliencie

- podstawowe informacje o instrumentach marketingu-mix

### **Wprowadzenie do zarządzania organizacjami**

Treści programowe obejmą takie zagadnienia jak:

- istota kierowania
- funkcje kierownicze (planowanie, organizowanie, motywowanie, kontrola)
- umiejętności i role kierownika

### **Wprowadzenie do zarządzania zasobami ludzkimi**

Treści programowe obejmą takie zagadnienia jak:

- istota zarządzania zasobami ludzkimi i jego uwarunkowania
- obszary zarządzania zasobami ludzkimi (planowanie zasobów ludzkich, rekrutacja, selekcja, wprowadzenie do pracy, rozwój pracowników, motywacja, oceny, przemieszczanie pracowników)

## **Grupa zajęć 2 Przedmioty z obszaru psychologicznych aspektów marketingu**

Symbole efektów uczenia się:

**SP7\_WG08, SP7\_WK02, SP7\_WK03,  
SP7\_UW04, SP7\_UW05, SP7\_UK03  
SP7\_KO02 , SP7\_KR01, SP7\_KK02**

Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się przypisanych do zajęć lub grup zajęć

### **Psychologia sprzedaży**

Treści programowe obejmą takie zagadnienia jak:

- cechy dobrego sprzedawcy
- umysłowa matryca sprzedawcy
- inteligencja handlowa
- rozwój kompetencji sprzedawcy
- zasady i techniki skutecznej sprzedaży

### **Psychologiczne aspekty działań promocyjnych**

Treści programowe obejmą takie zagadnienia jak:

- promocja jako komunikacja organizacji z rynkiem
- psychologiczne oddziaływanie reklamy
- instrumenty PR
- wykorzystanie promocji sprzedaży i sprzedaży osobistej w oddziaływaniu na klienta

### **Psychologiczne aspekty zachowań konsumenta**

Treści programowe obejmą takie zagadnienia jak:

- współczesny konsument
- czynniki wpływające na zachowania konsumenta na rynku
- przewidywalna nieracjonalność konsumenta

### **Grupa zajęć 3 Przedmioty z obszaru psychologicznych aspektów zarządzania zasobami ludzkimi**

Symbole efektów uczenia się

**SP7\_WG06, SP7\_WG07, SP7\_WK01, SP7\_WK06**

**SP7\_UO01, SP7\_UO02, SP7\_UW01, SP7\_UW03, SP7\_UU02**

**SP7\_KO01, SP7\_KR01, SP7\_KK01**

Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się przypisanych do zajęć lub grup zajęć

### **Psychologia przywództwa**

Treści programowe obejmą takie zagadnienia jak:

#### **Psychologiczne aspekty motywacji**

Treści programowe obejmą takie zagadnienia jak:

- istota motywacji
- teorie motywacji
- motywacyjne oddziaływanie instrumentów płacowych i pozapłacowych
- kontrakt psychologiczny

### **Psychologiczne aspekty rynku pracy**

Treści programowe obejmą takie zagadnienia jak:

- istota rynku pracy i trendy na współczesnym rynku pracy
- grupy zagrożone na rynku pracy
- psychologiczne aspekty bezrobocia
- uwarunkowania wyboru zawodu
- zatrudnienie tradycyjne i elastyczne

### **Psychologiczne aspekty zachowań kontrproduktywnych w organizacji**

Treści programowe obejmą takie zagadnienia jak:

- istota zachowań kontrproduktywnych
- przyczyny i skutki występowania zachowań kontrproduktywnych w organizacji
- sposoby walki z zachowaniami kontrproduktywnymi

### **Grupa zajęć 4 Przedmioty ogólnorozwojowe**

#### **Symbole efektów uczenia się**

**SP7\_WG09, SP7\_WG10, SP7\_WG11, SP7\_WG12, SP7\_WG13, SP7S\_WK05**

**SP7\_UK01, SP7\_UK02, SP7\_UK04, SP7\_UK05, SP7\_UW02, SP7\_UU01, SP7\_UO03**

**SP7\_KO01, SP7\_KO02, SP7\_KR01, SP7\_KK01**

Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się przypisanych do zajęć lub grup zajęć

#### **Autoprezentacja i wystąpienia publiczne**

Treści programowe obejmą takie zagadnienia jak:

- istota i znaczenie pierwszego wrażenia
- sposoby budowania pierwszego wrażenia
- zasady i etapy przygotowania się do wystąpienia publicznego

### **Komunikacja interpersonalna**

Treści programowe obejmą takie zagadnienia jak:

- istota i poziomy komunikacji
- komunikacja werbalna i niewerbalna
- bariery w skutecznym komunikowaniu się
- elementy savoir vivre

### **Negocjacje**

Treści programowe obejmą takie zagadnienia jak:

- pojęcie, istota, fazy negocjacji
- style negocjacji, rodzaje negocjacji
- uwarunkowania kulturowe negocjacji

### **Psychologia konfliktu i kryzysu**

Treści programowe obejmą takie zagadnienia jak:

- istota, cechy i źródła konfliktów w organizacji
- techniki rozwiązywania konfliktów
- kryzys w organizacji i sposoby walki z nim
- psychologiczne aspekty konfliktu i kryzysu w organizacji

### **Trening asertywności**

Treści programowe obejmą takie zagadnienia jak:

- typy zachowań wobec innych osób i ich uwarunkowania
- istota asertywności, znaczenie asertywności w życiu prywatnym i zawodowym
- wybrane aspekty zachowań asertywnych

### **Zarządzanie wiedzą i style uczenia się**

Treści programowe obejmą takie zagadnienia jak:

- istota i rola wiedzy w organizacji
- sposoby i modele zarządzania wiedzą w organizacji
- techniki myślenia grupowego
- style uczenia się

### **Bezpieczne i higieniczne warunki kształcenia**

Treści programowe obejmą takie zagadnienia jak:

- podstawowe informacje o bezpiecznych i higienicznych warunkach kształcenia

**Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk zawodowych oraz liczba punktów ECTS, jaką uczestnik studiów podyplomowych musi uzyskać w ramach tych praktyk, jeżeli program studiów podyplomowych przewiduje realizację praktyk – program studiów podyplomowych nie przewiduje praktyk**

**Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez uczestnika studiów podyplomowych w trakcie całego cyklu kształcenia.**

L.p.	Przedmioty	Efekty uczenia się	Sposób weryfikacji i oceny zakładanych efektów uczenia się
1	Autoprezentacja i wystąpienia publiczne	SP7_WG11 SP7_UK04 SP7_KO02	Obecność i aktywność na zajęciach. Zaliczenie na ocenę
2	Komunikacja interpersonalna	SP7_WG10 SP7_UW02, SP7_UK01 SP7_KR01	Obecność i aktywność na zajęciach. Zaliczenie na ocenę
3	Negocjacje	SP7_WG13 SP7_UK02 SP7_KO01	Obecność i aktywność na zajęciach. Zaliczenie na ocenę
4	Podstawy psychologii	SP7_WG02 SP7_KK02	Egzamin na ocenę
5	Podstawy psychologii społecznej	SP7_WG03 SP7_KK02	Egzamin na ocenę
6	Psychologia konfliktu i kryzysu	SP7_WK05	Obecność i aktywność na zajęciach. Zaliczenie na ocenę

		SP7_UO03 SP7_KK01	
7	Psychologia przywództwa	SP7_WG06 SP7_UO01 SP7_KO01, SP7_KR01	Obecność i aktywność na zajęciach. Zaliczenie na ocenę
8	Psychologia sprzedaży	SP7_WG08 SP7_UW05 SP7_KR01	Obecność i aktywność na zajęciach. Zaliczenie na ocenę
9	Psychologiczne aspekty działań promocyjnych	SP7_WK03 SP7_UK03 SP7_KO02, SP7_KR01	Obecność i aktywność na zajęciach. Zaliczenie na ocenę
10	Psychologiczne aspekty motywacji	SP7_WG07 SP7_UO02 SP7_KO01, SP7_KR01	Obecność i aktywność na zajęciach. Zaliczenie na ocenę
11	Psychologiczne aspekty rynku pracy	SP7_WK06 SP7_UW01 SP7_KR01	Obecność i aktywność na zajęciach. Zaliczenie na ocenę
12	Psychologiczne aspekty zachowań konsumenta	SP7_WK02 SP7_UW04 SP7_KK02	Obecność i aktywność na zajęciach. Zaliczenie na ocenę
13	Psychologiczne aspekty zachowań kontrproduktywnych w organizacji	SP7_WK01 SP7_UW03, SP7_UU02 SP7_KK01, SP7_KR01	Obecność i aktywność na zajęciach. Zaliczenie na ocenę
14	Trening asertywności	SP7_WG12 SP7_UK05 SP7_KR01	Obecność i aktywność na zajęciach. Zaliczenie na ocenę
15	Wprowadzenie do marketingu	SP7_WG05 SP7_KK02	Egzamin na ocenę



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Autoprezentacja i wystąpienia publiczne	450-PwZ-1AWP	2	Zal.	10	2	8				
2	Komunikacja interpersonalna	450-PwZ-1KI	3	Zal.	12	4	8				
3	Negocjacje	450-PwZ-1NEG	3	Zal.	12	4	8				
4	Podstawy psychologii	450-PwZ-1PP	2	Egz.	10	10	0				
5	Podstawy psychologii społecznej	450-PwZ-1PPS	2	Egz.	10	10	0				
6	Psychologia konfliktu i kryzysu	450-PwZ-1PKK	3	Zal.	12	4	8				
7	Psychologia przywództwa	450-PwZ-1PPR	3	Zal.	12	8	4				
8	Psychologia sprzedaży	450-PwZ-1PS	3	Zal.	12	8	4				
9	Psychologiczne aspekty działań promocyjnych	450-PwZ-1PADP	3	Zal.	12	8	4				
10	Psychologiczne aspekty motywacji	450-PwZ-1PAM	2	Zal.	10	8	2				
11	Psychologiczne aspekty rynku pracy	450-PwZ-1PARP	1	Zal.	8	6	2				
12	Psychologiczne aspekty zachowań konsumenta	450-PwZ-1PAZK	3	Zal.	12	8	4				
13	Psychologiczne aspekty zachowań kontrproduktywnych w organizacji	450-PwZ-1PAZKO	2	Zal.	10	8	2				
14	Trening asertywności	450-PwZ-1TA	2	Zal.	10	2	8				
15	Wprowadzenie do marketingu	450-PwZ-1WDM	1	Egz.	8	8	0				
16	Wprowadzenie do zarządzania organizacjami	450-PwZ-1WZO	1	Egz.	8	8	0				
17	Wprowadzenie do zarządzania zasobami ludzkimi	450-PwZ-1WZZL	1	Egz.	8	8	0				
18	Zarządzanie wiedzą i style uczenia się	450-PwZ-1ZWSU	1	Zal.	8	4	4				
19	Bezpieczne i higieniczne warunki kształcenia	450-PwZ-1BHP		Zal.	2	2	0				
	RAZEM		38		186	120	66	0	0	0	0