

SYLABUS

Psychologia biznesu

Informacje podstawowe

Jednostka organizacyjna: Wydział Profilaktyki i zdrowia	Rok akademicki 2026/2027		
Kierunek studiów: Kosmetologia	Rok studiów/ semestr Rok II; sem. 3		
Poziom kształcenia: Studia drugiego stopnia Poziom kwalifikacji PRK: VII	Kod przedmiotu: K -kierunkowy /P -podstawowy / O-ogólny/ W- do wyboru/ <u>OW- do ograniczonego wyboru</u>		
Odniesienie do efektów uczenia się na poziomie 7 wskazanych w uniwersalnych charakterystykach poziomów PRK: P7U_W; P7U_U; P7U_K			
Forma studiów: niestacjonarne	Statut przedmiotu: do wyboru		
Profil studiów: praktyczny	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się: Zaliczenie na ocenę		
Dyscypliny: Nauki o zdrowiu/ Nauki medyczne	Liczba punktów ECTS: 4		
Koordynator przedmiotu:			
Prowadzący zajęcia:			
Wymagania wstępne: Przed przystąpieniem do realizacji przedmiotu student powinien posiadać wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne z zakresu Psychologii na poziomie studiów I stopnia.			
Założenia i cele dla przedmiotu: Przybliżenie zagadnień z zakresu szeroko rozumianej psychologii biznesu wyselekcjonowanych pod kątem przydatności dla osób otwierających, prowadzących lub współuczestniczących w zarządzaniu salonem kosmetycznym. Uwzględnienie zarówno relacji z klientem jak i pracownikami.			
Efekty uczenia się dla przedmiotu			
Efekty w zakresie:	Odniesienie do efektów uczenia się na poziomie 7 charakterystyk drugiego stopnia PRK	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy- Student zna i rozumie:			

najistotniejsze pojęcia, teorie, modele i style z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi; techniki skutecznego motywowania pracowników (w tym wynagradzanie); zachowania organizacyjne; najważniejsze pojęcia i metody z zakresu marketingu, reklamy oraz budowania i rozwoju marki; niebezpieczne i patologiczne zjawiska psychologiczne mogące wystąpić w środowisku pracy oraz sposoby ich niwelowania.	P7S_WK P7S_WG	K_W17	kolokwium	
Umiejętności- Student potrafi:				
przeprowadzić proces rekrutacyjny; skutecznie wykorzystywać techniki motywacyjne ; planować i wprowadzać w życie skuteczne metody rozwoju salonu.	P7S_UK	K_U22	aktywność	
Kompetencji społecznych- Student jest gotów do:				
komunikowania się w sposób efektywny; realizacji zadań i niwelowania konfliktów	P7S_KK	K_K22	obserwacja pracy studenta;	
Bilans punktów ECTS				
Szacowany nakład pracy				
Forma	Liczba godzin		Liczba punktów ECTS	
	Sem 3	Sem 4	Sem 3	Sem 4
Wykład	10	-	0,5	-
Ćwiczenia	-	-		-
Seminarium	10	-		-
Praca własna studenta	10	-	0,5	-
Łączny nakład pracy studenta	30		1	
Liczba godzin kontaktowych	20			
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	-		-	
Kryteria oceny				
Kryteria oceny kolokwium	Ocena niedostateczna (2,0)- student nie osiągnął wymaganych efektów uczenia się; student powinien gruntownie powtórzyć całość materiału			poniżej 70%
	Ocena dostateczna (3,0)- student osiągnął efekty w stopniu dostatecznym; praca spełnia minimalne kryteria			70-78%
	Ocena dość dobra (3,5)- student osiągnął efekty w stopniu dość dobrym; praca zadowalająca, ale ze znaczącymi (istotnymi) brakami			78,5-86%
	Ocena dobra (4,0)- student osiągnął efekty w stopniu dobrym; praca dobra jednak z szeregiem zauważalnych błędów			86,5-84%
	Ocena ponad dobra (4,5)- student osiągnął efekty w stopniu ponad dobrym; praca powyżej przeciętnej nielicznymi błędami			85,5-92%
	Ocena bardzo dobra (5,0)- student osiągnął efekty w stopniu bardzo dobrym; praca wskazująca na opanowanie wymaganej wiedzy z dopuszczeniem jedynie drugorzędnych błędów			92,5-100%
Literatura				
Literatura obowiązkowa	B. Rożnowski, P. Fortuna Psychologia biznesu, PWN 2024 Cialdini R. Wywieranie wpływu na ludzi, Gdańsk 2013. Juchnowicz M., Zarządzanie kapitałem ludzkim. Procesy- narzędzia- aplikacje. Warszawa 2014			
Literatura dodatkowa	Listwan T., Zarządzanie kadrami, Warszawa 2009. Kožusznik B., Zachowanie człowieka w organizacji, Warszawa 2014.			

Treści programowe

L.P.	Treści programowe	Forma prowadzenia zajęć	Liczba godzin
SEMESTR 3			
1	Wprowadzenie w specyfikę i terminologię przedmiotu.	Wykład	2
2	Funkcja personalna w organizacjach w odniesieniu specyfiki działania salonów i gabinetów kosmetycznych.	Wykład	2
3	Zachowania organizacyjne ze szczególnym uwzględnieniem zachowań destrukcyjnych i patologicznych.	Wykład	2
4	Budowa i rozwój własnego biznesu- wizja, misja, strategie, wyznaczniki.	Wykład	2
5	Rekrutacja, wdrażanie i ocena pracownika.	Wykład	2
6	Narzędzia motywacyjne w zarządzaniu personelem.	Seminarium	2
7	Co i dlaczego działa w reklamie?- zasady budowania skutecznych działań w obszarze marketingu i reklamy.	Seminarium	2
8	Techniki wywierania wpływu przydatne w relacjach biznesowych.	Seminarium	2
9	Style zarządzania- omówienie i diagnoza z wykorzystaniem siatki Blake-Maouton.	Seminarium	2
10	Rozmowa rekrutacyjna- praca w grupach.	Seminarium	2