

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: analiza danych rynkowych (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_23S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	4	wiczenia	15	0	ZO	3
		wykład	15	0	E	
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		dr hab. AUGUSTYNA BURLITA				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. AUGUSTYNA BURLITA				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zagadnieniami dotycz cymi metod analizowania danych rynkowych i ich wykorzystania w procesie podejmowania decyzji przez organizacje, a tak e zdobycie przez studentów umiej tno ci wyszukiwania danych, przeprowadzenia ich analizy raz interpretacji i oceny zjawisk rynkowych.				
Wymagania wst pne:		Student posiada wiedz z zakresu ekonomii, statystyki i zarz dzania oraz umiej tno wykorzystania wiedzy w ró nych formach i zakresach, potrafi współpracowa w grupie, ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego, jest odpowiedzialny za powierzone zadania.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	01- Student zna zakres i metody analizy rynku		K_W03 K_W04	
umiej tno ci	1	EP2	02 - Student posiada umiej tno wyszukiwania, przetwarzania, analizowania oraz interpretacji danych rynkowych		K_U01 K_U05	
	2	EP4	Student potrafi wytrwale realizowa zadania indywidualne i zespolowe.		K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP3	03 - Student jest gotów uzupełnia i doskonali zdobyt wiedz i umiej tno ci w zakresie pozyskiwania, przetwarzania i analizowania danych rynkowych.		K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning	
Przedmiot: analiza danych rynkowych						
Forma zaj : wykład						
1. Istota, rola i proces analizy rynku				4	2	0
2. Metody analizy zjawisk i procesów rynkowych				4	3	0
3. Analiza struktury zjawisk rynkowych				4	3	0
4. Analiza zale no ci przyczynowo-skutkowych zjawisk rynkowych				4	3	0
5. Analiza przestrzenna zjawisk rynkowych				4	2	0
6. Analiza zmian zjawisk rynkowych w czasie				4	2	0

Forma zaj : wiczenia					
1. Opracowanie koncepcji projektu badawczego: sformułowanie celu, przedmiotu i zakresu analizy, wskazanie mo liwych ródeł informacji		4	4	0	
2. Realizacja projektu: gromadzenie i analizowanie informacji rynkowych		4	4	0	
3. Realizacja projektu badawczego: analiza danych rynkowych, w tym analiza z wykorzystaniem metod statystycznych		4	4	0	
4. Realizacja projektu: prezentacja wyników analizy, formułowanie wniosków z analizy, wskazywanie problemów/obszarów wymagaj cych dodatkowej analizy		4	3	0	
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, rozwizywanie zada , realizacja projektu badawczego, praca w grupach.				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1	
	PROJEKT			EP2,EP3,EP4	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP2,EP3,EP4	
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.					
Forma i warunki zaliczenia	Egzamin: 1. Student otrzymuje ocen dostateczn kiedy poprawnie odpowie na pytanie i rozwi e zadania. 2. Student otrzymuje ocen dobr kiedy prawidłowo odpowie na pytanie i rozwi e zadania wraz z wyci gni ciem wniosków. 3. Student otrzymuje ocen bardzo dobr kiedy podczas odpowiedzi na pytanie egzaminacyjne i rozwi zywania zada wyka e si wiedz wybacza c poza zakres wiedzy przekazywanej na wykładach, a wynikaj ca z samodzielnego studiowania zalecanej literatury. Zaliczenie: 1. Student otrzymuje ocen dostateczn je eli poprawnie zrealizuje projekt dobieraj c odpowiednie ró dła informacji oraz metody ich analizy. 2. Student otrzymuje ocen dobr je eli dodatkowo prawidłowo wyci gnie wnioski z przeprowadzonych analiz. 3.. Student otrzymuje ocen bardzo dobr je eli dodatkowo przeprowadzi analizy statystyczne zebranych informacji.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu jest redni ocen uzyskanych z egzaminu i zaliczenia.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	analiza danych rynkowych		Arytmetyczna	
	4	analiza danych rynkowych [wykład]	egzamin		
	4	analiza danych rynkowych [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	M. Makowski (2019): Gromadzenie i analiza danych rynkowych w praktyce, CeDeWu Sp. z o.o., Warszawa				
	R. Wolny (2009): Metody ilo ciowe w badaniach rynku, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice				
	T. Panek (2020): Statystyka społeczna. Procesy społeczne, ró dła danych i metody analizy, PWE, Warszawa				
Literatura uzupełniaj ca	M. Alexander , J. Walkenbach (2014): Analiza i prezentacja danych w Microsoft Excel, Wydawnictwo Helion, Gliwice				
	M. J. Lutosta ski, A. Łebkowska, M. Protasiuk (2021): Badanie rynku. Jak zrozumie konsumenta., PWN, Warszawa				
	M. Makowska (red.) (2013): Analiza danych zastanych, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa				
	P. Kuztelak (red.) (2021): Microsoft Excel w zastosowaniach statystycznych. Praktyczne przykłady analiz ekonomicznych i biznesowych., PWE, Warszawa				
	Z. K dzior (2005): Badania rynku. Metody, zastosowania, PWE, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		

Przygotowanie si do zaj	3	0
Studiowanie literatury	10	0
Udział w konsultacjach	10	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	10	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Moduł: Psychologia w zarz dzeniu personelem [moduł]							
Nazwa przedmiotu: analiza rynku pracy (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_60S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 6 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
3	6	wiczenia	15	0	ZO	3	
		wykład	15	0	ZO		
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr JAROSŁAW POTERAŁSKI					
Prowadz cy zaj cia:		dr JAROSŁAW POTERAŁSKI					
Cele przedmiotu:		Celem prowadzonych zaj jest wyposa enie Studentów w podstawow wiedz , dotycz c rynku pracy, procesów zachodz cych na rynku pracy, a tak e głównych ródeł informacji o rynku pracy. Ponadto Studenci poznaj wybrane metody analizy sytuacji na rynku pracy, zdob d umiej tno ci wykorzystania ich w praktyce. Istotny celem przedmiotu jest równie kształtowanie odpowiednich postaw studentów, zwłaszcza potrzeby ci głego doskonalenia si w kontek cie zmian na rynku pracy.					
Wymagania wst pne:		Student ma podstawowa wi dz dotycz c istoty i zasad funkcjonowania rynku, procesów zachodz cych na rynku, zna podstawowe róda informacji w statystyce publicznej, zarówno w wymiarze krajowym, jak i mi dzynarodowym. Student potrafi pracowac w zespole oraz rozumie konieczno kształcenia ustawicznego.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	Student zna istot istot funkcjonowania rynku pracy, podstawowe zjawiska i mechanizmy funkcjonowania rynku pracy, jak i poszczególnych jego uczestników.		K_W02 K_W03 K_W04		
	2	EP4	Student zna najwa niejsze róda informacji o rynku pracy oraz metody analizy rynku pracy.		K_W02 K_W03 K_W04		
umiej tno ci	1	EP2	Student potrafi analizowa i interpretowa najwa niejsze zjawiska na rynku pracy, potrafi doбира i zastosowa wła ciwe metody i narz dzia, stu ce analizie i ocenie sytuacji na rynku pracy, dzi ki wła ciwemu doborowi, pozyskaniu i przetwarzaniu odpowiednich, niezb dnych do tego celu informacji.		K_U01 K_U03 K_U05		
kompetencje społeczne	1	EP3	jest gotów do uznania znaczenia zdobywanej wiedzy dla rozwi zywania problemów, dotycz cych sytuacji na rynku pracy.		K_K02		
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: analiza rynku pracy							
Forma zaj : wykład							
1. Podstawowe poj cia zwi zane z rynkiem pracy.					6	3	0

2. Problematyka nierównowagi na rynku pracy.		6	2	0	
3. Najważniejsze wskaźniki dotyczące rynku pracy, w tym bezrobocie.		6	2	0	
4. Źródła prawa dotyczące tego rynku pracy.		6	2	0	
5. Podstawowe instytucje na rynku pracy.		6	2	0	
6. Główne źródła informacji o rynku pracy.		6	2	0	
7. Sytuacja na rynku pracy w Polsce i w wybranych krajach.		6	2	0	
Forma zajęć : wiczenia					
1. Rynek pracy- istota, uczestnicy, definicje.		6	2	0	
2. Najważniejsze wskaźniki dotyczące rynku pracy, w tym bezrobocie.		6	2	0	
3. Źródła prawa dotyczące tego rynku pracy.		6	2	0	
4. Podstawowe instytucje rynku pracy.		6	2	0	
5. Główne źródła informacji o rynku pracy.		6	2	0	
6. Instrumenty wsparcia rynku pracy, w tym EFS.		6	2	0	
7. Sytuacja na rynku w Polsce, UE oraz wybranych krajach spoza UE.		6	3	0	
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, analiza statystyk, studia przypadków, dyskusja.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP4	
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA			EP1,EP2,EP3	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Warunki uzyskania oceny z wykładów: Studenci oceniani są na podstawie wyników kolokwium pisemnego, weryfikującego osiągnięcia efektów kształcenia w zakresie wiedzy.				
	Warunki uzyskania oceny z wiczeń : Studenci oceniani są na podstawie przygotowanego referatu/ eseju na wybrany temat, dotyczący i wymagający analizy rynku pracy. Stanowi to element weryfikacji efektów kształcenia w zakresie umiejętności i kompetencji społecznych.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena z przedmiotu jest średnią arytmetyczną ocen z wykładów oraz ocen z wiczeń .					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	6	analiza rynku pracy		Arytmetyczna	
	6	analiza rynku pracy [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	6	analiza rynku pracy [wykład]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Główny Urząd Statystyczny (2022): stat.gov.pl, Strona internetowa, Warszawa				
	Góra M., Sztanderska U. (2006): Wprowadzenie do analizy lokalnego rynku pracy. Przewodnik, Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej. Departament Analiz Ekonomicznych i Prognoz, Warszawa				
	Sadowska- Snarska Cecylia, Wi niewski Zenon (2019): Zmiany na rynku pracy w perspektywie społecznej , Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toru				
	Wortal Publicznych Służb Zatrudnienia (2022): psz.praca.gov.pl, Strona internetowa, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca	Ministerstwo Rodziny i Polityki Społecznej (2022): www.gov.pl/web/rodzina/rynek-pracy, Strona internetowa MRiPS, Warszawa				
	Szaban J.M. (2016): Rynek pracy w Polsce i w Unii Europejskiej, Difin, Warszawa				

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	5	0
Studiowanie literatury	6	0
Udział w konsultacjach	4	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	18	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	10	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Moduł: Zachowania konsumenckie [moduł]							
Nazwa przedmiotu: analiza zachowa u ytkowników serwisów internetowych (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_54S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 6 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
3	6	laboratorium	15	0	ZO	3	
		wykład	15	0	ZO		
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr TOMASZ ZDZIEBKO					
Prowadz cy zaj cia:		dr TOMASZ ZDZIEBKO					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy i umiej tno ci z zakresu metod i narz dzi wykorzystywanych do analizy zachowa u ytkowników serwisów internetowych.					
Wymagania wst pne:		Znajomo podstaw statystyki i matematyki na poziomie studiów wy szych.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	posiada wiedz na temat metod prowadzenia analityki internetowej			K_W03 K_W04 K_W07	
umiej tno ci	1	EP2	potrafi konfigurowa narz dzia analityki internetowej i analizowa uzyskane raporty dotycz ce efektywno ci i skuteczno ci serwisów www, prowadzonych działa marketingowych oraz zachowa u ytkowników			K_U03 K_U04	
kompetencje społeczne	1	EP3	jest gotów ocenia skutki działa no ci internetowej z wykorzystaniem narz dzi analityki biznesowej i internetowej			K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: analiza zachowa u ytkowników serwisów internetowych							
Forma zaj : wykład							
1. Podstawy prowadzenia i zastosowania analityki biznesowej					6	2	0
2. Wprowadzenie do analityki internetowej					6	3	0
3. Analiza interakcji u ytkowników z interfejsem i zawarto ci stron www					6	2	0
4. Analityka mediów społeczno ciowych					6	2	0
5. Analiza informacji o sentymencie u ytkowników wzgl dem firm, marek, produktów					6	2	0
6. Pozyskiwanie opinii klientów i ich analiza					6	2	0

7. Zastosowanie testów A/B, segmentacja i profilowanie użytkowników		6	2	0	
Forma zajęć : laboratorium					
1. Konfiguracja witryny do śledzenia z wykorzystaniem Google Analytics		6	1	0	
2. Obsługa interfejsu Google Analytics		6	2	0	
3. Standardowe raporty Google Analytics		6	2	0	
4. Definiowanie celów w Google Analytics		6	2	0	
5. Definiowanie i pomiar atrybucji		6	1	0	
6. Zaawansowane analizy z wykorzystaniem Google Analytics		6	2	0	
7. Analityka internetowa w mediach społecznościowych		6	1	0	
8. Analiza zachowania użytkowników w obrocie witryny www i interakcji z nią		6	2	0	
9. Analiza efektywności e-mail marketingu.		6	1	0	
10. Pozyskiwanie opinii klientów i ich analiza		6	1	0	
Metody kształcenia	Wykłady z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych, Zajęcia laboratoryjne z wykorzystaniem wybranego oprogramowania do prowadzenia analityki internetowej				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2	
	PROJEKT			EP1,EP2,EP3	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)			EP1,EP2,EP3	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem zaliczenia laboratoriów jest uzyskanie pozytywnej oceny z pracy na laboratoriach oraz projektu zespołowego, którego celem będzie wdrożenie analityki zachowań w wybranych serwisach internetowych i ich ocena.				
	Warunkiem zaliczenia wykładów jest uzyskanie pozytywnej zaliczenia w formie otwartych pytań.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena z przedmiotu obliczana jest jako średnia arytmetyczna oceny z laboratoriów i oceny z zaliczenia wykładów.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	6	analiza zachowania użytkowników serwisów internetowych		Arytmetyczna	
	6	analiza zachowania użytkowników serwisów internetowych [wykład]	zaliczenie z ocen		
	6	analiza zachowania użytkowników serwisów internetowych [laboratorium]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Avinash Kaushik (2010): Web Analytics 2.0. wiadome rozwijanie witryn internetowych, Helion				
	Martyna Zastrowa (2022): Google Analytics dla marketingowców. Wydanie III, Onepress				
Literatura uzupełniająca	Krzysztof Marzec, Tomasz Trzósło (2022): Marketing internetowy w Google. Pozycjonowanie, Ads & Analytics dla biznesu, e-commerce, marketerów, Onepress				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	15		0		
Studiowanie literatury	20		0		

Udział w konsultacjach	5	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	3	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Nazwa przedmiotu: badania terenowe w biznesie (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_47S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	laboratorium	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		mgr JORDAN KLIMEK					
Prowadz cy zaj cia:		mgr JORDAN KLIMEK					
Cele przedmiotu:		Wykształcenie kompetencji gromadzenia danych empirycznych i interesuj cych poznawczo informacji bezpo rednio w terenie.					
Wymagania wst pne:		Znajomo podstawowych zagadnie z zakresu metodologii nauk społecznych, umiej tno ci komunikowania interpersonalnego.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna i rozumie podstawowe tendencje w obszarze bada w biznesie			K_W01	
	2	EP2	posiada zaawansowan wiedz na temat metodologii bada terenowych, tj. planowania i realizacji bada empirycznych w terenie			K_W03	
	3	EP3	zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady, narz dzia i mechanizmy komunikowania si interpersonalnego dla pozyskania istotnych empirycznie informacji			K_W05	
umiej tno ci	1	EP4	potrafi przeprowadzi proces badawczy w oparciu o warsztat bada terenowych			K_U04	
	2	EP5	potrafi dobiera , pozyskiwa , przetwarza oraz krytycznie analizowa informacje gromadzone w trakcie bada terenowych			K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP6	jest gotów do uznania znaczenia wiedzy uzyskiwanej z bada terenowych w rozwi zywniu problemów poznawczych z zakresu zarz dzania w biznesie			K_K02	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: badania terenowe w biznesie							
Forma zaj : laboratorium							
1. Wprowadzenie do bada terenowych					4	1	0
2. Instrumentarium bada terenowych					4	2	0
3. Projektowanie bada terenowych					4	6	0
4. Etyka w badaniach terenowych					4	2	0

5. Realizacja bada terenowych		4	4	0	
Metody kształcenia	dyskusja, projekt, prezentacja, zaj cia terenowe				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	PROJEKT			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem uzyskania zaliczenia przedmiotu jest poprawne zrealizowanie projektu o charakterze badawczym, tj. pozyskania bezpo rednio w terenie warto ciowych poznawczo danych empirycznych w oparciu o opracowane we współpracy z prowadz cym narz dzie pomiaru.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
		Ocena ko cowa z przedmiotu stanowi redni arytmetyczn noty z realizacji projektu oraz zaj praktycznych.			
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	badania terenowe w biznesie		Wa ona	
	4	badania terenowe w biznesie [laboratorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Angrosino, M. (2010): Badania etnograficzne i obserwacyjne, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Kostera, M. (2021): Antropologia organizacji. Metodologia bada terenowych, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Kvale, S. (2010): Prowadzenie wywiadów, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca	Babbie, E. (2003): Badania społeczne w praktyce, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Denzin, N. K., Lincoln Y. S. (2022): Metody bada jako ciowych, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Grzyb, T. (2017): Eksperyment terenowy w psychologii społecznej, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Openheim, A. N. (2004): Kwestionariusze, wywiady, pomiary postaw, Zysk i S-ka, Warszawa				
	Silverman, D. (2010): Prowadzenie Bada Jako ciowych, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Steinar, K. (2012): Prowadzenie wywiadów, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	15	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0	0			
Przygotowanie si do zaj	6	0			
Studiowanie literatury	13	0			
Udział w konsultacjach	8	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	6	0			
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	2	0			
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Moduł: Przedmiot do wyboru w j zyku obcym [moduł]							
Nazwa przedmiotu: Communication in e-business (komunikacja w e-biznesie) (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3434_61S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 5 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
3	5	konwersatorium	15	0	ZO	3	
Razem			15			3	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. MACIEJ CZAPLEWSKI					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. MACIEJ CZAPLEWSKI					
Cele przedmiotu:		The aim of the educational process is to introduce students with basic issues related to e-business and let them understands the importance of communication in modern world. Student will be able to selects optimal ICT and communication tools in order to support the functioning of e-business and to assess different e-business models. Student will be also aware of the positive and negative aspects related to proper or improper e-business communication.					
Wymagania wst pne:		None					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Defines the basic issues related to e-business			K_W04	
	2	EP2	Understands the importance of communication in modern world			K_W08	
umiej tno ci	1	EP3	Selects optimal ICT and communication tools to support the functioning of e-business			K_U03 K_U08	
	2	EP4	Assesses different e-business models			K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP5	Is aware of the positive and negative aspects related to proper or improper communication in e-business			K_K03	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: Communication in e-business (komunikacja w e-biznesie)							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Nature and characteristics of modern ICT					5	3	0
2. Main issues connected with contemporary communication					5	3	0
3. Characteristics of the e-business markets					5	3	0
4. Different electronic business models and assigned communication types					5	3	0
5. Real e-business and communications solutions ? case studies					5	3	0
Metody kształcenia		Oral test A few questions for every student in a meeting between the lecturer and a small group of students					

Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Passing oral test				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Grade given based in 100% on oral test result				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	5	Communication in e-business (komunikacja w e-biznesie)		Wa ona	
	5	Communication in e-business (komunikacja w e-biznesie) [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	J. Gołuchowski, B. Filipczyk (red.) (2020): Cyfrowa komunikacja organizacji, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach , Katowice				
	S. Maiti, S. Sadhukhan (2020): E-commerce & Business Communication, McGraw Hill Education, Kolkata				
Literatura uzupełniają ca					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zaj cia dydaktyczne		15		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		0		0	
Przygotowanie si do zaj		18		0	
Studiowanie literatury		13		0	
Udział w konsultacjach		8		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		0		0	
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia		21		0	
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		75			
Liczba punktów ECTS		3			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: ekonomia behawioralna (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3432_19S	
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :	
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	wiczenia	15	0	ZO	3
		wykład	15	0	E	
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		dr PIOTR SZKUDLAREK				
Prowadz cy zaj cia:		dr PIOTR SZKUDLAREK				
Cele przedmiotu:		Zapoznanie z interdyscyplinarnym nurtem w ekonomii w celu zrozumienia znaczenia behawioralnych uwarunkowa podejmowania decyzji gospodarczych Zdobycie umiej tno ci analizy, oceny i wykorzystania uwarunkowa behawioralnych w procesie podejmowania decyzji gospodarczych. Kształtowanie postawy ukierunkowanej na współprac podczas rozwi zywania dylematów gospodarczych.				
Wymagania wst pne:		Znajomo zagadnie z mikroekonomii, makroekonomii oraz zagadnie ogólnogospodarczych.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	Student zna poj cia i teorie dotycz ce ekonomii behawioralnej wykorzystuj ce interdyscyplinarne podej cie w analizie zachowa uczestników ycia gospodarczego.			K_W01
	2	EP2	Student zna i charakteryzuje kluczowe determinanty o charakterze behawioralnym wpływaj ce na proces oceny i podejmowania decyzji ekonomicznych.			K_W10
	3	EP3	Student zna i opisuje etapy projektowania eksperymentu ekonomicznego.			K_W03
umiej tno ci	1	EP4	Student projektuje sytuacje decyzyjne z wykorzystaniem eksperymentu ekonomicznego dzi ki czemu weryfikuje zało enia modelu homo oeconomicus.			K_U04
	2	EP5	Student analizuje i ocenia wpływ czynników behawioralnych na proces oceniania i podejmowania decyzji ekonomicznych.			K_U01
	3	EP6	Student dyskutuje na temat mo liwo ci wykorzystania do wiadcze ekonomii behawioralnej przez podmioty prywatne i publiczne.			K_U01
kompetencje społeczne	1	EP8	Student jest gotów do anga owania si w przygotowanie projektu - eksperymentu ekonomicznego oraz przedstawienia wyników pracy zespołu, co ma pokaza znaczenie behawioralnych aspektów podejmowania decyzji w rozwi zywaniu problemów gospodarczych.			K_K02
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning

Przedmiot: ekonomia behawioralna						
Forma zaj : wykład						
1. Geneza ekonomii behawioralnej i główne obszary badawcze.		3	2	0		
2. Eksperyment ekonomiczny jako narzędzie projektowania sytuacji decyzyjnej.		3	2	0		
3. Heurystyki i błędy poznawcze w ocenianiu i podejmowaniu decyzji.		3	4	0		
4. Preferencje w warunkach niepewności i ryzyka. Teoria perspektywy i jej implikacje.		3	3	0		
5. Makroekonomia behawioralna.		3	2	0		
6. Nudge - architektura wyboru		3	2	0		
Forma zaj : wiczenia						
1. Wartości moralne i społeczne w zachowaniach ekonomicznych.		3	2	0		
2. Nastroj i emocje w procesie oceniania i podejmowanie decyzji ekonomicznych		3	2	0		
3. Skróty myślowe i zniekształcenia poznawcze jako determinanty zachowań ekonomicznych		3	2	0		
4. Gry w testowaniu zachowań ekonomicznych.		3	2	0		
5. Ekonomia behawioralna w analizie typowych zachowaniach ekonomicznych: konsumpcja, oszczędzanie, ubezpieczanie się, płacenia podatków.		3	2	0		
6. Socjalizacja ekonomiczna dzieci.		3	2	0		
7. Prezentacja wyników dotyczących wybranych sytuacji decyzyjnych - ocena wyników eksperymentu ekonomicznego.		3	2	0		
8. Synteza zagadnień dotyczących ekonomii behawioralnej.		3	1	0		
Metody kształcenia		wykład, prezentacja multimedialna, praca w grupach, eksperyment ekonomiczny, dyskusja, burza mózgów.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu	
		EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2,EP3,EP5	
		KOŁOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP5	
		PREZENTACJA			EP4,EP6,EP8	
		Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia		Zaliczenie egzaminu: egzamin pisemny. zaliczenie wicze : - wykonanie pracy zaliczeniowej: przygotowanie prezentacji dotyczącej wykorzystania eksperymentu ekonomicznego w analizie zachowań jednostek (40%) - kolokwium pisemne (60%)				
		Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
		Ocena z przedmiotu (ocena koordynatora) jest średnią arytmetyczną ocen z wicze i z wykładu.				
Metoda obliczania oceny końcowej		Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
		3	ekonomia behawioralna		Arytmetyczna	
		3	ekonomia behawioralna [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
3	ekonomia behawioralna [wykład]	egzamin				
Literatura podstawowa		Kahneman D. (2012): Pułapki myślenia. O myśleniu szybkim i wolnym, Media Rodzina, Poznań				
		Krawczyk M. (red.) (2012): Ekonomia eksperymentalna, Oficyna Wolters Kluwer business, Warszawa				
		Thaler R.H. (2018): Zachowania niepoprawne. Tworzenie ekonomii behawioralnej, Media Rodzina, Poznań				
		Zaleskiewicz T. (2021): Psychologia ekonomiczna, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				

Literatura uzupełniająca	Ariely D. (2018): Potęga irracjonalności, Smak Słowa, Sopot
	Orlik K. (2020): Makroekonomia behawioralna, CeDeWu, Warszawa
	Thaler R.H., Sunstein C.R. (2017): Impuls. Jak podejmować właściwe decyzje dotyczące zdrowia, dobrobytu i szczęścia, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań
	Tyszka T. (2010): Decyzje. Perspektywa psychologiczna i ekonomiczna, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	3	0
Przygotowanie się do zajęć	7	0
Studiowanie literatury	10	0
Udział w konsultacjach	5	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	10	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Nazwa przedmiotu: erystyka w komunikacji biznesowej (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3442_48S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	konwersatorium	30	0	ZO	3	
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		prof. dr hab. EWA KOMOROWSKA					
Prowadz cy zaj cia:		prof. dr hab. EWA KOMOROWSKA					
Cele przedmiotu:		Wprowadzenie w zło on problematyki interakcji werbalnej i pozawerbalnej. Kształcenie kompetencji nadawcy, konstruowanie ró nogatunkowych wypowiedzi pisanych i mówionych. Kształcenie umiej tno ci poprawnego i sprawnego posługiwania si j zykiem, argumentowania, umiej tno ci przekonywania, dyskusji.					
Wymagania wst pne:		brak					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Zna i rozumie techniki konstrukcji ró nego typu tekstów, dobiera odpowiednio sposoby argumentowania i przedstawiania swoich racji.			K_W05	
umiej tno ci	1	EP2	Posiada umiej tno ci przekonywania doradzania, dyskutowania, radzenia sobie z sytuacj konfliktów , ma odwag w wyra aniu własnego zdania.			K_U06	
kompetencje społeczne	1	EP3	Jest gotów dba o rzetelno , etyk oraz poprawno j zykowej komunikacji.			K_K05 K_K06	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: erystyka w komunikacji biznesowej							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Wprowadzenie do problematyki przedmiotu. Logika, dialektyka, retoryka, erystyka.					4	2	0
2. Mowa ? klasyczna forma retoryczna. Poj cie i zakres retorycznej kompozycji.					4	3	0
3. Tropy i figury retoryczne.					4	2	0
4. Formy i sposoby argumentowania. Zasady u ycia form argumentacyjnych, chwytty erystyczne.					4	4	0
5. Perswazja i manipulacja ? wyja nienie poj i metod zastosowania w wypowiedzi.					4	3	0
6. Retoryka a kultura ywego słowa: sztuka zapami tywania i wygłaszania mowy.					4	6	0
7. Prezentacje i wyst pienia. Podstawowe zasady pisania i wygłaszania przemówienia.					4	5	0
8. Dyskusja, debata ? jako forma wypowiedzi. Rodzaje dyskusji, kłótnia, spór.					4	3	0

9. Etyka komunikacji.		4	2	0	
Metody kształcenia	analiza i interpretacja tekstów różnorodnych, dyskusja, prezentacja multimedialna.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	PREZENTACJA			EP1,EP2,EP3	
	ZAJ ĆWICZENIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP1,EP2,EP3	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Ustalenie oceny na podstawie ocen częściowych z realizacji zadań: wypowiedzi, ustnych i pisemnych analiz tekstów, głosu w dyskusji, prezentacji.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocenę końcową z przedmiotu jest ocena z zaliczenia konwersatorium.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	erystyka w komunikacji biznesowej		Ważona	
	4	erystyka w komunikacji biznesowej [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	D. Carnegie (2018): Sztuka komunikacji. W drodze do sukcesu, Sensus, Warszawa				
	Oczko M. (2021): Sztuka dobrego mówienia bez bełkotania i przynudzania, Wydawnictwo RM, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	McGowan B., Bowman A. (2014): Traf w sedno. Jak mówić, aby przekonać, MT Biznes				
	Kochan M. (2005): Pojedynek na słowa. Techniki erystyczne w publicznych sporach, Kraków				
	Legutko P. (2009): Sztuka debaty, czyli jak się nie da, WAM				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
			W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0		0		
Przygotowanie się do zajęć	10		0		
Studiowanie literatury	5		0		
Udział w konsultacjach	12		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	13		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	5		0		
Łączny nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Nazwa przedmiotu: etyka zawodowa psychologa (PODSTAWOWE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_8S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	konwersatorium	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. PATRYCJA ZWIECH					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. PATRYCJA ZWIECH					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z aparatem poj ciowym etyki zawodowej psychologa oraz etycznymi relacjami zawodowymi, kształtowanie ich umiej tno ci dokonywania wyborów na gruncie pracy zawodowej z uwzgl dnieniem zasad etycznych oraz u wiadomienie im znaczenia posługiwania si normami etycznymi zawodu.					
Wymagania wst pne:		W zakresie wiedzy: brak. W zakresie umiej tno ci: student potrafi dokona opisu rzeczywisto ci z wykorzystaniem technik opisowych. W zakresie kompetencji społecznych: student jest gotów pracowa w grupie oraz ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	Ma wiedz o kształtowaniu etycznych relacji zawodowych oraz zna poj cia z zakresu etyki zawodowej.		K_W09 K_W10		
	2	EP2	Zna i rozumie prawa i obowi zki psychologa oraz prawa osoby badanej.		K_W10		
	3	EP3	Zna i rozumie etyczne dylematy wynikaj ce z pracy psychologa.		K_W12		
umiej tno ci	1	EP4	Potrafi wykorzysta wiedz teoretyczn do identyfikacji, analizy i rozwi zywania dylematów etycznych na gruncie pracy zawodowej.		K_U03 K_U05		
	2	EP5	Potrafi komunikowa si z otoczeniem z u yciem terminologii z zakresu etycznych relacji zawodowych psychologa.		K_U06		
kompetencje społeczne	1	EP6	Jest gotów do prawidłowego posługiwania si normami etycznymi w pracy zawodowej.		K_K05 K_K06		
	2	EP7	Jest gotów do identyfikowania i rozstrzygania dylematów etycznych zwi zanych z wykonywaniem zawodu psychologa.		K_K05 K_K06		
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: etyka zawodowa psychologa							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Etyka zawodowa ? poj cie, historia, uwarunkowania. Rozwój moralny człowieka.					3	4	0
2. Kodeksy etyczne zawodów i przedsi biorstw. Kodeks etyczny psychologa PTP.					3	2	0

3. Regulacje prawne dotyczą działalności psychologa. Psycholog jako zawód zaufania publicznego. Kompetencje oraz odpowiedzialność moralna i zawodowa psychologa. Tajemnica zawodowa. Prawa psychologa.		3	3	0	
4. Prawa i dobro osoby badanej. Prawa człowieka ONZ. Poszanowanie praw i godności ludzkiej. Zasady koegzystencji społecznej. Zasady zachowania autonomii, godności, prywatności i poufności relacji. Standardy postępowania wobec osób badanych.		3	3	0	
5. Etyczne dylematy psychologa. Rozwiązywanie etycznych dylematów w pracy psychologa. Ingerencja psychologa w system wartości klienta. Problemy związane z tajemnicą zawodową. Przykłady złej praktyki psychologicznej.		3	3	0	
Metody kształcenia	wykład, prezentacja, dyskusja, praca w grupach, studium przypadku				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP5	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)			EP4,EP5,EP6,EP7	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Forma i warunki zaliczenia: zaliczenie na podstawie kolokwium obejmującego wiedzę z konwersatorium oraz zalecanej literatury (60% oceny) oraz aktywności studenta (obserwacja pracy studenta na zajęciach podczas dyskusji panelowych, zleconych zadań i studiów przypadków, prezentacji i pracy w grupie) (40% oceny). Student otrzymuje punkty za aktywność na zajęciach.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	etyka zawodowa psychologa		Ważona	
	3	etyka zawodowa psychologa [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Brzeziński J., Chyrowicz B., Toeplitz Zuzanna, Toeplitz-Winiewska M. (2022): Etyka zawodu psychologa. Wydanie nowe, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	Bednarek D. (2020): Zawód psycholog. Regulacje prawne i etyka zawodowa, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Fiutak A. (2016): Pomoc psychologiczna. Prawo i etyka w zawodach terapeuty i psychiatry., Difin, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	1		0		
Przygotowanie się do zajęć	7		0		
Studiowanie literatury	10		0		
Udział w konsultacjach	6		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	11		0		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Nazwa przedmiotu: finanse behawioralne (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3432_24S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	wiczenia	15	0	ZO	3	
		wykład	15	0	E		
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. SEBASTIAN MAJEWSKI					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. SEBASTIAN MAJEWSKI					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest zapoznanie studenta z najnowszymi tendencjami we współczesnych finansach, co zaskutkuje rozszerzeniem mo liwo ci interpretacyjnych zjawisk zachodz cych na rynkach finansowych a w szczególno ci na giełdzie papierów warto ciowych.					
Wymagania wst pne:		Student powinien zna podstawy finansów i rynków finansowych. Powinien zna metody analiz giełdowych oraz strategii inwestycyjnych. Student powinien zna matematyk oraz statystyk w stopniu przynajmniej dopuszczaj cym.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student wie czym s finanse behawioralne, jakie heurystyki s najcz ciej spotykane na rynkach finansowych oraz wie jak je wykorzysta w praktyce rynkowej.			K_W02	
umiej tno ci	1	EP2	Student potrafi samodzielnie rozpozna wybrane heurystyki, rozpozna problem ekonomiczny i nast pne go rozwi za .			K_U01	
	2	EP3	Student potrafi pracowa w grupie, dzieli si wiedz i prezentowa własne pogl dy.			K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP4	Student jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy w zakresie finansów oraz rozumie potrzeb ci głego doskonalenia si w tym zakresie.			K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: finanse behawioralne							
Forma zaj : wykład							
1. Hipotezy efektywno ci rynku - zagadnienia teoretyczne					4	2	0
2. Teoria perspektyw - zało enia i aksjomaty					4	2	0
3. Heurystyki w procesie podejmowania decyzji inwestycyjnych na rynku kapitałowym					4	4	0
4. Efekty i fenomeny rynku kapitałowego					4	2	0
5. Richard Thaler i jego wkład w powstanie finansów behawioralnych					4	2	0
6. Behawioralna analiza portfelowa					4	3	0

Forma zaj : wiczenia						
1. Badanie efektywności rynku - normalno rozkładów, losowo stóp zwrotu			4	2	0	
2. Badanie normalności rozkładu - efekt jednego dnia w tygodniu - podejście statystyczne i ekonometryczne			4	2	0	
3. Badanie efektywności rynku - efekt jednego tygodnia w miesiącu i miesiąca w roku - testy statystyczne i modele ekonometryczne			4	2	0	
4. Efekt zakotwiczenia - badania reakcji			4	2	0	
5. Konstrukcja ankiet badających postawy wobec pieniądza			4	3	0	
6. Behawioralne modele portfelową - analiza empiryczna			4	2	0	
7. Weryfikacja wiedzy poprzez obserwację - dyskusja o finansach behawioralnych			4	2	0	
Metody kształcenia		Przedmiot jest prowadzony w oparciu o wykład multimedialny, w trakcie którego wykorzystywane są nie tylko klasyczne prezentacje ale również filmy wideo w języku polskim i angielskim. W trakcie zajęć praktycznych wykorzystuje się głównie laboratoria komputerowe.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu	
		EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2	
		KOLOKWIUM			EP1,EP2	
		ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)			EP3,EP4	
		Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia		Warunkiem uzyskania zaliczenia z przedmiotu jest uzyskanie co najmniej oceny dostatecznej z kolokwium. 50% materiału (ocena dostateczna) uprawnia studenta do przystąpienia do egzaminu.				
		Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
		Ocena końcowa jest średnią arytmetyczną z ocen z wiczeń i egzaminu.				
Metoda obliczania oceny końcowej		Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
		4	finanse behawioralne		Ważona	
		4	finanse behawioralne [wykład]	egzamin		0,70
		4	finanse behawioralne [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,30
Literatura podstawowa		Czerwonka Monika, Gorlewska Bartłomiej (2012): Finanse behawioralne. Zachowania inwestorów i rynku, SGH, Warszawa				
		Majewski Sebastian (2012): Wpływ czynników behawioralnych na rynkowy wycen akcji. Ujęcie ilościowe, WNUS, Szczecin				
		red. Tyszkowski Tadeusz (2004): Psychologia ekonomiczna, GWP, Gdańsk				
		Zalewski Tomasz (2015): Psychologia ekonomiczna, PWN, Warszawa				
Literatura uzupełniająca		Czerwonka Monika (2019): Behawioralne, Kulturowe i Etyczne Uwarunkowania Podejmowania Decyzji Inwestycyjnych, SGH, Warszawa				
		Czerwonka Monika (2021): Inwestowanie społecznie odpowiedzialne, CeDeWu, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
			Liczba godzin			
			W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne			30	0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu			2	0		
Przygotowanie się do zajęć			10	0		
Studiowanie literatury			18	0		
Udział w konsultacjach			5	0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.			0	0		

Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	10	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: globalne relacje biznesowe (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3434_46S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	wiczenia	15	0	ZO	3
		wykład	15	0	ZO	
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		dr hab. ANNA DRAB-KUROWSKA				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. ANNA DRAB-KUROWSKA				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest przedstawienie zagadnie zwi zanych z globalnymi relacjami biznesowymi ze szczególnym uwzgl dnieniem komunikacji i negocjacji mi dzykulturowych. Student pozna ró nice mi dzykulturowe, bariery oraz specyfik zachowa biznesmenów w ró nych kulturach, dzi ki którym mo liwe jest kształtowanie globalnych relacji biznesowych w odr bnych kr gach kulturowych. Szczególny nacisk poło ony jest na efekty, przede wszystkim rozumienia istoty ró nic mi dzykulturowych oraz umiej tno ci interpretowania zjawisk dotycz cych relacji biznesowych. Ponadto celem przedmiotu jest kształtowanie postaw, które pozwol na sprawniejszy proces komunikacji i negocjacji z przedstawicielami odmiennych kultur z poszanowaniem ich odmiennoci.				
Wymagania wst pne:		<p>W zakresie wiedzy: student zna wybrane aspekty procesów globalizacji oraz podstawowe aspekty marketingu wewn trznego.</p> <p>W zakresie umiej tno ci: student potrafi dokona opisu rzeczywisto ci organizacyjnej lub gospodarczej z wykorzystaniem technik opisowych.</p> <p>W zakresie kompetencji społecznych: student potrafi pracowa w grupie oraz ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego.</p>				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student ma wiedze na temat komunikacji i negocjacji		K_W05 K_W07	
	2	EP2	student zna istot , rodzaje, motywy działa w biznesie oraz wewn trz organizacji w kontek cie ró nic kulturowych w uj ciu globalnym		K_W08 K_W10 K_W12	
	3	EP3	Student zna elementy kształtuj ce relacje biznesowe w ró nych kulturach.		K_W02 K_W06 K_W11	
umiej tno ci	1	EP4	Student potrafi planowac oraz dostosowa odpowiednie narz dzia zarz dczce pozwalające na sprawne budowanie globalnych relacji biznesowych		K_U01 K_U05	
	2	EP5	Student potrafi diagnozowa zachodz ce relacje biznesowe w organizacji oraz planowa proces komunikacji w zale no ci od typu kultury organizacyjnej. budowania		K_U02 K_U04 K_U08	

kompetencje społeczne	1	EP6	Student jest gotów do krytycznej oceny własnej wiedzy i umieć tno ci z zakresu negocjacji i komunikacji zarówno wewn trz jak i na zewn trz organizacji.	K_K01 K_K05	
	2	EP7	Student jest gotów do my lenia i działania w sposób globalny maj cy na celu doskonalenie procesu komunikacji i negocjacji.	K_K02 K_K03	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI			Semestr	Liczba godzin zaj	
				w tym e-learning	
Przedmiot: globalne relacje biznesowe					
Forma zaj : wykład					
1. Relacje biznesowe w kulturach propartnerskich (wybrane przykłady)			3	2	0
2. Relacje biznesowe w kulturach protransakcyjnych (wybrane przykłady)			3	2	0
3. Relacje biznesowe w kulturach monochronicznych (wybrane przykłady)			3	2	0
4. Relacje biznesowe w kulturach polichronicznych (wybrane przykłady)			3	2	0
5. Relacje biznesowe w kulturach hierarchicznych i ceremonialnych (wybrane przykłady)			3	2	0
6. Relacje biznesowe w kulturach egalitarnych i nieceremonialnych (wybrane przykłady)			3	2	0
7. Relacje biznesowe w kulturach pow ci gliwych (wybrane przykłady)			3	2	0
8. Relacje biznesowe w kulturach ekspresyjnych (wybrane przykłady)			3	1	0
Forma zaj : wiczenia					
1. Relacje biznesowe ? komunikacja i negocjacje			3	2	0
2. Ró nice kulturowe.			3	3	0
3. Klasyfikacja kultur biznesowych na wiecie			3	3	0
4. Komunikacja i negocjacje w ró nych kulturach			3	4	0
5. Bariery w komunikacji mi dzykulturowej			3	3	0
Metody kształcenia	prezentacja multimedialna , dyskusja				
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.					
Forma i warunki zaliczenia	Forma i warunki zaliczenia: Zaliczenie wykładów i wicze na podstawie kolokwium obejmuj cego wiedz z wykładów i wicze oraz zalecanej literatury. Kolokwium pisemne (pytania otwarte oraz zamkni te) z tre ci przedstawionych podczas zaj .				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocen ko ców jest rednia arytmetyczna ocen uzyskanych z zaliczenia wicze i wykładów.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	globalne relacje biznesowe		Arytmetyczna	
	3	globalne relacje biznesowe [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	3	globalne relacje biznesowe [wykład]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Gesteland R. (2000): Różnice kulturowe a zachowania w biznesie, PWN, Warszawa, PWN, Warszawa				
	Rosa G., Ostrowska I., Gracz L., Słupi ska K., (2018): Komunikacja mi dzykulturowa w biznesie,, edu-Libri,, Kraków				

Literatura uzupełniająca	Budzanowska-Drzewiecka M., Marcinkowski A.S., Motyl-Adamczyk A., (2016): Różnice kulturowe w komunikacji biznesowej, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków :	
NAKŁAD PRACY STUDENTA		
	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	14	0
Studiowanie literatury	5	0
Udział w konsultacjach	9	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	15	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Moduł: J zyk obcy [moduł]						
Nazwa przedmiotu: j zyk angielski (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3362_30S	
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 	
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski, semestr: 4 - j zyk polski, semestr: 5 - j zyk polski, semestr: 6 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	lektorat	30	0	ZO	2
	4	lektorat	30	0	ZO	2
3	5	lektorat	30	0	ZO	3
	6	lektorat	30	0	E	3
Razem			120			10
Koordynator przedmiotu:		mgr SYLWIA NUPRYJONEK				
Prowadz cy zaj cia:		mgr SYLWIA NUPRYJONEK				
Cele przedmiotu:		Doprowadzenie studenta do poziomu kompetencji j zykowej definiowanej jako B2.				
Wymagania wst pne:		Poziom kompetencji j zykowej definiowanej jako B1.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	Zna słownictwo dotycz ce: mediów, podró y, sztuki i historii, gastronomii, zdrowia, przyrody i rodowiska naturalnego, nauki, pracy i problemów społecznych.			K_W01
	2	EP2	Zna zagadnienia gramatyczne takie jak: tryb ł cz cy, mowa zale na i zgodnie czasów, strona bierna, zaimki wzgl dne zło one i osobowe, przyimki oraz potrafi wyra a hipotez , cel i przyczyn . Umie tworzy przysłówki.			K_W01
	3	EP3	Zna zasady redagowania CV i listu motywacyjnego, listu prywatnego i oficjalnego, artykułu, sprawozdania oraz argumentacji za i przeciw.			K_W01

umiej tno ci	1	EP4	Potrafi zrozumie dłu sz wypowied na znany temat. Rozumie artykuły z prasy, programy telewizyjne i filmy, je li dotycz j zyka standardowego.	K_U07	
	2	EP5	Czyta artykuły dotycz ce problematyki współczesnego wiata, w których autorzy zawieraj pewien punkt widzenia lub własne opinie. Rozumie współczesny tekst pisany proz .	K_U07	
	3	EP6	Porozumiewa si swobodnie z rozmówc angloj zycznym na ogólne tematy i przedstawia swój punkt widzenia oraz argumentuje.	K_U06 K_U07	
	4	EP7	Potrafi redagowa teksty na ró ne tematy, napisa raport lub esej, w którym zajmuje własne stanowisko na dany problem.	K_U07	
kompetencje społeczne	1	EP8	Ma wiadomo , e nauka j zyka obcego jest procesem LLL (Life-Long-Learning).	K_K01	
	2	EP9	Ma wiadomo poziomu swojej wiedzy i umiej tno ci.	K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI			Semestr	Liczba godzin zaj	
				w tym e-learning	
Przedmiot: j zyk angielski					
Forma zaj : lektorat					
1. Zaj cia doskonal ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku Edito B2.			3	20	0
2. Zaj cia zwi zane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podr czniku i wynikaj cym z celów nauczania na poziomie B2.			3	5	0
3. Zaj cia po wi cone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia.			3	5	0
4. Zaj cia doskonal ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku Edito B2.			4	20	0
5. Zaj cia zwi zane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podr czniku i wynikaj cym z celów nauczania na poziomie B2.			4	5	0
6. Zaj cia po wi cone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia.			4	5	0
7. Zaj cia doskonal ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku Edito B2.			5	20	0
8. Zaj cia zwi zane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podr czniku i wynikaj cym z celów nauczania na poziomie B2.			5	5	0
9. Zaj cia po wi cone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia.			5	5	0
10. Zaj cia doskonal ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku Edito B2.			6	15	0
11. Zaj cia zwi zane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podr czniku i wynikaj cym z celów nauczania na poziomie B2.			6	10	0
12. Zaj cia po wi cone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia.			6	5	0
Metody kształcenia	symulacja scenek z ycia codziennego, słuchanie dialogów, tekstów i wiadomo ci, prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnie , wiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne), ogl dnie krótkich filmów (sceny z ycia codziennego), konwersacje, czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów, pisanie krótkich tekstów (maile, listy)				

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	EGZAMIN PISEMNY				EP1,EP2,EP4,EP5,EP6,EP9
	KOLOKWIMUM				EP1,EP2,EP4,EP5,EP6,EP9
	SPRAWDZIAN				EP1,EP2,EP3,EP4
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA				EP1,EP2,EP3,EP5,EP7
	PROJEKT				EP1,EP2,EP5,EP6,EP9
	ZAJ ĆCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP1,EP2,EP4,EP6,EP8,EP9
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	FORMA zaliczenia według planu studiów: egzamin lub zaliczenie na ocenę WARUNKI zaliczenia: obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie testów czyłkowych, prac pisemnych lub prezentacji OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności OCEN z ostatniego semestru stanowi ocena z egzaminu lub kolokwium zaliczeniowego według wskazania w planie studiów				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu jest oceną z egzaminu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	jzyk angielski		Waga	
	3	jzyk angielski [lektorat]	zaliczenie z ocen		1,00
	4	jzyk angielski		Waga	
	4	jzyk angielski [lektorat]	zaliczenie z ocen		1,00
	5	jzyk angielski		Waga	
	5	jzyk angielski [lektorat]	zaliczenie z ocen		1,00
	6	jzyk angielski		Waga	
6	jzyk angielski [lektorat]	egzamin		1,00	
Literatura podstawowa	Clive Oxenden Christina Latham Koenig : New English File (pre-intermediate, intermediate, upper-intermediate), Oxford University Press				
	David Falvey, David Otton, Simon Kent, Margaret O'Keeffe, Iwonna Dubicka : Market Leader, Longman				
	Evans Virginia, Milton James : FCE Listening&Speaking, Oxford University Press				
	Ian MacKenzie : English for Finance (B2), Oxford University Press				
	Lindsay Clandfield, Amanda Jeffries, Jackie McAvo y, Kate Pickering, Rebecca Robb Benne : Global (pre-intermediate, intermediate, upper-intermediate), Macmillan				
	John Allison, Jeremy Townend, Paul Emmerson, Karen Richardson, John Sydes, Marie Kavanagh : The Business (pre-intermediate, intermediate, upper-intermediate), Macmillan				
	Philip Kerr, Lindsay Clandfield, Ceri Jones, Jim Scrivener, Roy Norris : Straightforward (pre-intermediate, intermediate, upper-intermediate) , Macmillan				
	Roy Norris : CAE, Macmillan				
	Sue Kay, Vaughan JonesNew : Inside Out (pre-intermediate, intermediate, upper-intermediate), Macmillan				
	Power base, Macmillan				
Literatura uzupełniająca	Zalecany jest dodatkowy podręcznik z tego samego poziomu realizowany samodzielnie przez studenta; może to być np. Literatura uzupełniająca przykład "Angielski No problem!" B1 + B2C1. :				
NAKLAD PRACY STUDENTA					
			Liczba godzin		
			W tym e-learning		

Zajęcia dydaktyczne	120	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	8	0
Przygotowanie się do zajęć	25	0
Studiowanie literatury	20	0
Udział w konsultacjach	32	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	25	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	20	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	250	
Liczba punktów ECTS	10	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Moduł: J zyk obcy [moduł]						
Nazwa przedmiotu: j zyk niemiecki (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3362_63S	
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 	
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski, semestr: 4 - j zyk polski, semestr: 5 - j zyk polski, semestr: 6 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	lektorat	30	0	ZO	2
	4	lektorat	30	0	ZO	2
3	5	lektorat	30	0	ZO	3
	6	lektorat	30	0	E	3
Razem			120			10
Koordynator przedmiotu:		mgr DOROTA MATKOWSKA-KLATT				
Prowadz cy zaj cia:		mgr DOROTA MATKOWSKA-KLATT				
Cele przedmiotu:		Doprowadzenie studenta do poziomu kompetencji j zykowej definiowanej jako B2.				
Wymagania wst pne:		Poziom kompetencji j zykowej definiowanej jako B1.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	Zna słownictwo dotycz ce: mediów, podró y, sztuki i historii, gastronomii, zdrowia, przyrody i rodowiska naturalnego, nauki, pracy i problemów społecznych.			K_W01
	2	EP2	Zna zagadnienia gramatyczne takie jak: tryb ł cz cy, mowa zale na i zgodnie czasów, strona bierna, zaimki wzgl dne zło one i osobowe, przyimki oraz potrafi wyra a hipotez , cel i przyczyn . Umie tworzy przysłówki.			K_W01
	3	EP3	Zna zasady redagowania CV i listu motywacyjnego, listu prywatnego i oficjalnego, artykułu, sprawozdania oraz argumentacji za i przeciw.			K_W01

umiej tno ci	1	EP4	Potrafi zrozumie dłu sz wypowied na znany temat. Rozumie artykuły z prasy, programy telewizyjne i filmy, je li dotycz j zyka standardowego.	K_U07	
	2	EP5	Czyta artykuły dotycz ce problematyki współczesnego wiata, w których autorzy zawieraj pewien punkt widzenia lub własne opinie. Rozumie współczesny tekst pisany proz .	K_U07	
	3	EP6	Porozumiewa si swobodnie z rozmówc angloj zycznym na ogólne tematy i przedstawia swój punkt widzenia oraz argumentuje.	K_U06 K_U07	
	4	EP7	Potrafi redagowa teksty na ró ne tematy, napisa raport lub esej, w którym zajmuje własne stanowisko na dany problem.	K_U07	
kompetencje społeczne	1	EP8	Ma wiadomo , e nauka j zyka obcego jest procesem LLL (Life-Long-Learning).	K_K01	
	2	EP9	Ma wiadomo poziomu swojej wiedzy i umiej tno ci.	K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI			Semestr	Liczba godzin zaj	
				w tym e-learning	
Przedmiot: j zyk niemiecki					
Forma zaj : lektorat					
1. Zaj cia doskonal ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku Edito B2.			3	20	0
2. Zaj cia zwi zane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podr czniku i wynikaj cym z celów nauczania na poziomie B2.			3	5	0
3. Zaj cia po wi cone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia.			3	5	0
4. Zaj cia doskonal ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku Edito B2.			4	20	0
5. Zaj cia zwi zane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podr czniku i wynikaj cym z celów nauczania na poziomie B2.			4	5	0
6. Zaj cia po wi cone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia.			4	5	0
7. Zaj cia doskonal ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku Edito B2.			5	20	0
8. Zaj cia zwi zane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podr czniku i wynikaj cym z celów nauczania na poziomie B2.			5	5	0
9. Zaj cia po wi cone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia.			5	5	0
10. Zaj cia doskonal ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku Edito B2.			6	15	0
11. Zaj cia zwi zane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podr czniku i wynikaj cym z celów nauczania na poziomie B2.			6	10	0
12. Zaj cia po wi cone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia.			6	5	0
Metody kształcenia	symulacja scenek z ycia codziennego, czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów, słuchanie dialogów, tekstów i wiadomo ci, wiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne), pisanie krótkich tekstów (maile, listy), prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnie , konwersacje, ogl dnie krótkich filmów (sceny z ycia codziennego)				

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
		EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2,EP4,EP5,EP6,EP9
		KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP4,EP5,EP6,EP9
		SPRAWDZIAN			EP1,EP2,EP3,EP4,EP8
		PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA			EP1,EP2,EP3,EP5,EP7,EP8
		PROJEKT			EP1,EP2,EP5,EP6,EP9
		ZAJ ĆIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP1,EP2,EP4,EP6,EP8,EP9
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.					
Forma i warunki zaliczenia	FORMA zaliczenia według planu studiów: egzamin lub zaliczenie na ocenę WARUNKI zaliczenia: obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie testów czy stkowych, prac pisemnych lub prezentacji OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności OCEN z ostatniego semestru stanowi ocena z egzaminu lub kolokwium zaliczeniowego według wskazania w planie studiów				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu jest oceną z egzaminu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	j zyk niemiecki		Nieobliczana	
	3	j zyk niemiecki [lektorat]	zaliczenie z ocen		
	4	j zyk niemiecki		Nieobliczana	
	4	j zyk niemiecki [lektorat]	zaliczenie z ocen		
	5	j zyk niemiecki		Nieobliczana	
	5	j zyk niemiecki [lektorat]	zaliczenie z ocen		
	6	j zyk niemiecki		Nieobliczana	
6	j zyk niemiecki [lektorat]	egzamin			
Literatura podstawowa	Aspekte 2(B2)Lehr-und AB Teil 1 mit 2 Audio CD				
	Langenscheidt				
	Studio D B2 Cornelsen				
Literatura uzupełniająca	Zalecany jest dodatkowy podręcznik z tego samego poziomu realizowany samodzielnie przez studenta; może to być na przykład "Niemiecki Keine Problem!" B1 + B2C1.				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
	Liczba godzin		W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	120		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	25		0		
Studiowanie literatury	20		0		
Udział w konsultacjach	38		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	25		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	20		0		

Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	250
Liczba punktów ECTS	10

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: komunikacja interpersonalna i autoprezentacja w biznesie (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3434_45S	
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 	
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	konwersatorium	30	0	ZO	3
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		prof. dr hab. GRA YNA ROSA				
Prowadz cy zaj cia:		prof. dr hab. GRA YNA ROSA				
Cele przedmiotu:		<p>Celem procesu dydaktycznego jest zaznajomienie studentów z zasadami, sposobami i technikami komunikacji interpersonalnej i autoprezentacji w biznesie. Szczególny nacisk jest poło ony na umiej tno ci interpretowania i stosowania ró norodnych technik komunikacji interpersonalnej i autoprezentacji w biznesie, wykształcenie umiej tno ci w zakresie komunikacji werbalnej i niewerbalnej oraz aktywnego słuchania.</p> <p>Dzi ki udziałowi w zaj ciach student potrafi wybiera wla ciw postaw wobec partnera w trakcie komunikacji interpersonalnej i jest gotów do wla ciwej reakcji na ró norodne zachowania poszczególnych partnerów decyzyjnych. Jest równie gotów do propagowania poznanych technik komunikacji i autoprezentacji w rodowisku pracy.</p>				
Wymagania wst pne:		Podstawowa wiedza na temat komunikacji.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student zna podstawowe zasady i techniki komunikacji i autoprezentacji, które mo na wykorzysta w nowoczesnej komunikacji biznesowej		K_W05	
	2	EP2	Zna i rozumie znaczenie słabo ci i atutów w komunikacji oraz odró nia techniki autoprezentacji		K_W08	
umiej tno ci	1	EP3	Potrafi posługiwa si zró nicowanymi technikami komunikacyjnymi, by przekaza komunikat rozmówcy w celu podj cia prawidłowej decyzji i przekona go do swojego stanowiska		K_U03	
	2	EP4	Student potrafi wybiera wla ciw postaw wobec partnera w trakcie komunikacji i autoprezentacji oraz zastosowa poznane techniki do rozwi zania konfliktów powstaj cych podczas wykonywania pracy zawodowej		K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP5	Student jest gotów do reakcji na ró norodne zachowania poszczególnych partnerów decyzyjnych oraz kreatywnego rozwi zywania powstaj cych konfliktów czy nieporozumie		K_K03	
	2	EP6	Jest gotów do propagowania poznanych technik komunikacji i autoprezentacji do osi gni cia m drego rozwi zania, satysfakcjonuj cego obie strony w maksymalnym stopniu		K_K02	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: komunikacja interpersonalna i autoprezentacja w biznesie						

Forma zaj : konwersatorium					
1. Istota, zasady komunikacji interpersonalnej - dyskusja w grupach			3	2	0
2. Komunikacja w negocjacjach - aktywne sluchanie, skuteczne przekonywanie i typy argumentacji			3	2	0
3. Komunikacja werbalna - wiczenia praktyczne			3	2	0
4. Komunikacja niewerbalna - wiczenia praktyczne			3	4	0
5. Dopasowanie werbalne i niewerbalne - dyskusja w grupach			3	4	0
6. Techniki wzbudzania sympatii, dominacja w komunikacji			3	2	0
7. Techniki autoprezentacji - analiza wad i zalet na podstawie studium przypadku			3	4	0
8. Techniki sluchania w komunikacji			3	2	0
9. Komunikacja w biznesie mi dzynarodowym			3	4	0
10. Elementy savoir-vivre'u w komunikacji i autoprezentacji			3	4	0
Metody ksztalcenia	dyskusja,, prezentacja multimedialna,, studium przypadku, rozwi zywanie zada problemowych, praca w grupach				
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1,EP2
	PREZENTACJA				EP1,EP2,EP3,EP4,EP6
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP3,EP4,EP5,EP6
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie z ocen : aktywny udział w zaj ciach, przygotowanie prezentacji na zadany temat, sprawdzian wiadomo ci z tre ci prezentowanych na zaj ciach oraz we wskazanych przez wykładowc fragmentach literatury				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocen ko cow jest ocena uzyskana z zaliczenia konwersatorium.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	komunikacja interpersonalna i autoprezentacja w biznesie		Wa ona	
	3	komunikacja interpersonalna i autoprezentacja w biznesie [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Gracz L., Słupi ska K. (red.) :, (2018): Negocjacje i komunikacja. Wybrane aspekty, edu-Libri, Kraków-Legionowo				
	Rosa G., Ostrowska I., Słupi ska K., Gracz L. (2018): Komunikacja mi dzykulturowa w biznesie, edu-Libri, Kraków-Legionowo				
Literatura uzupełniaj ca	Rosa G. (2009): Komunikacja i negocjacje w biznesie, WNUS,, Szczecin				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	1		0		
Przygotowanie si do zaj	10		0		
Studiowanie literatury	8		0		
Udział w konsultacjach	9		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10		0		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	7		0		

Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75
Liczba punktów ECTS	3

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Moduł: Zachowania pracowników w zespole [moduł]						
Nazwa przedmiotu: komunikacja w zespole (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_37S	
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 	
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 5 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
3	5	wiczenia	15	0	ZO	3
		wykład	15	0	ZO	
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		dr HUBERT PACHCIAREK				
Prowadz cy zaj cia:		dr HUBERT PACHCIAREK				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest nabycie podstawowej wiedzy na temat procesu komunikowania si w zespole (cz wykładowa) oraz doskonalenie umiej tno ci komunikacyjnych (cz wiczeniowa). Przedmiot obejmuje zagadnienia zwi zane z aktem komunikowania si , komunikacj werbaln i niewerbaln , kluczowymi dla skuteczno ci tego aktu barierami oraz bł dami w procesie komunikowania si , a tak e komunikacj w sytuacjach kryzysowych. Ponadto zało eniem przedmiotu jest doskonalenie umiej tno ci studentów w zakresie efektywnej komunikacji i rozwi zywania konfliktów poprzez warsztaty i prac w zespołach.				
Wymagania wst pne:		Student powinien posiada podstawow wiedz na temat informacji oraz procesu komunikowania si , powinien mie zdolno poszukiwania i analizowania podstawowych ródeł informacji, by otwartym na udział w warsztatach i prac zespołow .				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	zna i rozumie znaczenie procesu komunikowania si w zmiennym otoczeniu organizacji			K_W01
	2	EP2	zna narz dzia, mechanizmy, rodzaje i techniki komunikacji w zespole, ma wiadomo wpływu osobowo ci człowika oraz otoczenia na proces komunikowania si			K_W05
	3	EP3	rozumie znaczenie komunikacji interpersonalnej w procesach kształtowania i rozwoju zespołów oraz zarz dzania nimi			K_W08
umiej tno ci	1	EP4	potrafi omówi i wyja nia proces komunikowania si pomi dzy członkami zespołu			K_U01
	2	EP5	potrafi dobiera techniki komunikacyjne do etapu rozwoju zespołu oraz bie czej sytuacji, w tym sytuacji kryzysowej			K_U03
	3	EP6	potrafi wiadomie planowa i kształtowa swoj rol w zespole poprzez procesy komunikowania si z pozostałymi c łonkami zespołu			K_U08
kompetencje społeczne	1	EP7	jest gotów do twórczego rozwi zywania sytuacji kryzysowych przy wykorzystaniu narz dzi i technik komunikacyjnych			K_K03
	2	EP8	jest gotów do przestrzegania zasad etycznych w procesach komunikowania si w zespole			K_K06

TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI		Semestr		Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning
Przedmiot: komunikacja w zespole					
Forma zaj : wykład					
1. Komunikowanie a informowanie		5	2	0	
2. Proces komunikowania si		5	3	0	
3. Rodzaje komunikacji		5	4	0	
4. Bł dy w komunikacji		5	2	0	
5. Techniki komunikacji w zespole		5	2	0	
6. Komunikacja w sytuacjach kryzysowych		5	2	0	
Forma zaj : wiczenia					
1. warunki skutecznej komunikacji		5	2	0	
2. Jaki jest Twój styl komunikowania si ?		5	2	0	
3. Komunikacja werbalna jak by słuchanym?		5	2	0	
4. Komunikacja niewerbalna- jak by zrozumianym?		5	2	0	
5. Aktywne słuchanie czyli jak lepiej rozumie innych w zespole		5	2	0	
6. Poprawna komunikacja- jak unika bł dów i przełamywa bariery		5	3	0	
7. Jak budowa zespół poprzez komunikacj ?		5	2	0	
Metody kształcenia	Wykłady z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych, wiedza przekazywana na wykładach w oparciu o studia przypadków. wiczenia b d prowadzone w formie warsztatowej, w oparciu o wiczenia z zakresu komunikowania si oraz rozwój zywanie studiów przypadku. Otwarta dyskusja ze studentami nad rozwi zaniami poszczególnych wicze i przypadków				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP4,EP5,EP6,EP7,EP8	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	zaliczenie z wykładów na podstawie kolokwium pisemnego zaliczenie z wicze na podstawie udziału w warsztatach oraz zło enia raportów z omawianych w trakcie wicze studiów przypadku, warunkiem zaliczenia jest rozliczenie si z 80% wicze i raportów				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu ocena z przedmiotu stanowi redni arytmetyczn ocen z wicze i wykładów				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	5	komunikacja w zespole		Arytmetyczna	
	5	komunikacja w zespole [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	5	komunikacja w zespole [wykład]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	McKay M., Davis M., Fanning P. (2021): Sztuka skutecznego porozumiewania si , Gda skie Wydawnictwo Psychologiczne Profesjonalne, Gda sk				
	Rzepka B. (2012): Efektywna komunikacja w zespole, Edgard, Warszawa				
	Schein E. (2019): Pot ga dobrej komunikacji w zespole, PWN, Warszawa				
Literatura uzupełniaj ca	Golka M. (2008): Bariery w komunikowaniu i społecze stwo (dez)informacyjne, PWN, Warszawa				
	Sanchez R., Bullock D. (2022): Jak komunikowa si efektywnie, Dom Wydawniczy REBIS, Pozna				

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	12	0
Studiowanie literatury	16	0
Udział w konsultacjach	9	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	6	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: kultura organizacyjna (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_10S	
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :	
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	konwersatorium	15	0	ZO	2
Razem			15			2
Koordynator przedmiotu:		dr hab. KATARZYNA GADOMSKA-LILA				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. KATARZYNA GADOMSKA-LILA				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest rozwój wiedzy dotycz cej kultury organizacyjnej, a tak e kształtowanie umiej tno ci diagnozy i analizy kultury oraz prowadzenia zmian kulturowych. Ponadto, wskazanie na mo liwo wykorzystania w praktyce, form, metod i technik kształtowania po danych wzorów kulturowych, wpływaj cych na sposób funkcjonowania organizacji i ich powodzenie.				
Wymagania wst pne:		Student zna podstawowe zasady funkcjonowania organizacji				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	Student zna podstawowe zagadnienia dotycz ce kultury organizacyjnej: uwarunkowania, elementy, funkcje, typy itp., jak równie mechanizmy kształtowania kultury organizacyjnej oraz metody i narz dzia umo liwiaj ce jej zmian .			K_W01 K_W08
umiej tno ci	1	EP2	Student potrafi diagnozowa kultur organizacyjn , a tak e dobra narz dzia oraz sposoby jej utrwalania lub zmiany			K_U02 K_U05
	2	EP3	Student potrafi pracowa w zespole, komunikowa si i rozwi zywa problemy			K_U08
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: kultura organizacyjna						
Forma zaj : konwersatorium						
1. Istota kultury organizacyjnej. Rola i funkcje kultury organizacyjnej we współczesnych organizacjach					1	3 0
2. Elementy kultury organizacyjnej i ich znaczenie dla sprawnego działania organizacji.					1	3 0
3. Typologie kultur organizacyjnych.					1	3 0
4. Zmiana kultury organizacyjnej.					1	3 0
5. Ró nice kulturowe.					1	3 0
Metody kształcenia		Prezentacja multimedialna, studia przypadków, wiczenia praktyczne, dyskusja w grupie				

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1,EP2,EP3
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Studenci oceniani są na podstawie kolokwium pisemnego polegającego na udzieleniu odpowiedzi na ok. 20 pytań weryfikujących osiągnięcia efektów kształcenia.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest uzyskanie pozytywnej oceny z kolokwium.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	kultura organizacyjna		Ważona	
	1	kultura organizacyjna [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	G. Hofstede, G.J. Hofstede, M. Minkov (2011): Kultury i organizacje, PWE, Warszawa				
	Ł. Sułkowski (2012): Kulturowe procesy zarządzania, Difin, Warszawa				
	R. Zenderowski, B. Koziński (2019): Różnice kulturowe w biznesie, CeDeWu, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	A. Kołodziej-Durna (2012): Kultura organizacji idea i instrumentalizacja, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin				
	E.H. Schein, P. Schein (2017): Organizational Culture and Leadership, Wiley				
	K.S. Cameron, R. Quinn (2015): Kultura organizacyjna – diagnoza i zmiana, Wolters Kluwer, Kraków				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne		15		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		0		0	
Przygotowanie się do zajęć		8		0	
Studiowanie literatury		10		0	
Udział w konsultacjach		7		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		0		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		10		0	
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		50			
Liczba punktów ECTS		2			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Nazwa przedmiotu: media społeczno ciowe w biznesie (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_49S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	laboratorium	30	0	ZO	3	
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		mgr AGNIESZKA MILUNIEC					
Prowadz cy zaj cia:		mgr AGNIESZKA MILUNIEC					
Cele przedmiotu:		Pogł bienie wiedzy z zakresu mediów społeczno ciowych w kontek cie ich obecno ci w biznesie, mo liwo ci ich wykorzystania dla działa wizerunkowych i marketingowych firm, dla małych, rednich i du ych przedsi biorstw.					
Wymagania wst pne:		brak					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Posiada wiedz z zakresu mediów społeczno ciowych w kontek cie ich obecno ci w biznesie, pozyskania informacji oraz mo liwo ci wykorzystania mediów dla działa wizerunkowych i marketingowych firm			K_W04 K_W07	
umiej tno ci	1	EP2	Potrafi wykorzysta media społeczno ciowe do prowadzenia działa wizerunkowych w biznesie.			K_U03	
kompetencje społeczne	1	EP3	Jest gotów do inicjowania i organizowania działa społecznych z wykorzystaniem mediów społeczno ciowych.			K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: media społeczno ciowe w biznesie							
Forma zaj : laboratorium							
1. Firma w internecie - wst p i analiza przypadków z rynku polskiego i mi dzynarodowego.					4	6	0
2. Moja firma - opracowanie modelu firmy - wybór bran y, okre lenie konkurencji, persona klienta, logo					4	4	0
3. Moja firma w mediach społeczno ciowych - opracowanie strategii działania, wybór mediów i opracowanie przykładowych tre ci promocyjnych i wizerunkowych, narz dzia					4	10	0
4. Moja firma w mediach społeczno ciowych - zebranie opracowanych materiałów do prezentacji, opracowanie prezentacji i katalogu z wykonanych zada					4	10	0
Metody kształcenia		Zaj cia praktyczne, analiza przykładów rynkowych, opracowanie własnej strategii komunikacji w social mediach dla wybranej bran y i opracowanej samodzielnie koncepcji biznesu.					

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	PREZENTACJA				EP1,EP2,EP3
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP1,EP2,EP3
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Wykonanie wszystkich zadań, wykonanie konkursowej prezentacji.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Oceną konkursową jest ocena z zaliczenia laboratorium.					
Metoda obliczania oceny konkursowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	media społecznościowe w biznesie		Ważona	
	4	media społecznościowe w biznesie [laboratorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Louise McDonnell (2021): 2022 Social Media Planner and Guide, Orla Kelly Publishing				
Literatura uzupełniająca	Andrew Macarthy (2018): 500 Social Media Marketing Tips: Essential Advice, Hints and Strategy for Business: Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, LinkedIn, Youtube, ... LinkedIn, YouTube, Snapchat, and More! , INDEPENDENTLY PUBLISHED				
	Jason McDonald (2017): Social Media Marketing Workbook: How to Use Social Media for Business				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
			Liczba godzin		
			W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0		0		
Przygotowanie się do zajęć	10		0		
Studiowanie literatury	13		0		
Udział w konsultacjach	11		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	7		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	4		0		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Nazwa przedmiotu: mediacje i negocjacje w biznesie (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_22S			
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :			
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	wiczenia	15	0	ZO	3	
		wykład	15	0	ZO		
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr KAMILA SŁUPI SKA					
Prowadz cy zaj cia:		dr KAMILA SŁUPI SKA					
Cele przedmiotu:		Celem jest zaprezentowanie studentom zagadnie dotycz cych zasad i uwarunkowa negocjacji i mediacji, istoty skutecznego negocjowania oraz umiej tno ci negocjacyjnych. Ponadto student b dzie potrafi i rozumia dlaczego powinien zastosowa dan technik podczas prowadzonych rozmów negocjacyjnych oraz b dzie przygotowany na ró ne warianty swojej aktywno ci.					
Wymagania wst pne:		brak					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	Student rozró nia podstawowe zasady i style negocjacji.		K_W07		
	2	EP2	Identyfikuje swoje słabo ci i atuty, potrafi okre li pozycj negocjacyjn partnera.		K_W07		
umiej tno ci	1	EP3	Wykorzystuje techniki komunikacyjne (zachowania werbalne i niewerbalne) by przekaza komunikat rozmówcy w celu podj cia prawidłowej decyzji.		K_U06		
	2	EP4	Student potrafi wybiera wła ciw postaw wobec partnera w trakcie negocjacji b d poprosi o pomoc mediatora.		K_U08		
kompetencje społeczne	1	EP5	Student jest przygotowany do etycznego reagowania na odmienne zachowania poszczególnych partnerów decyzyjnych.		K_K03 K_K06		
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zaj		
					w tym e-learning		
Przedmiot: mediacje i negocjacje w biznesie							
Forma zaj : wykład							
1. Cechy dobrego negocjatora. Zasady i podstawy skutecznej komunikacji					3	2	0
2. Umiej tno zadawania pyta i udzielania odpowiedzi, argumentacji w procesie negocjacji					3	2	0
3. Znaczenie mowy ciała w procesie komunikacji negocjacyjnej					3	2	0
4. Etapy negocjacji, style i techniki negocjacyjne					3	2	0
5. Umiej tno słuchania					3	1	0

6. Negocjacje mi dzynarodowe		3	2	0	
7. Batna i scenariusze procesu negocjacji		3	2	0	
8. Negocjacje i mediacja		3	2	0	
Forma zaj : wiczenia					
1. Proces przygotowania negocjacji		3	2	0	
2. Analiza komunikacji niewerbalnej podczas rozmów negocjacyjnych		3	1	0	
3. Zastosowanie techniki negocjacyjnych w praktyce		3	2	0	
4. Trening negocjacyjny i mediacyjny		3	3	0	
5. Aktywny proces sluchania w procesie negocjacji		3	2	0	
6. Wykorzystywanie wiedzy i umie tno ci negocjacyjnych podczas negocjacji		3	3	0	
7. Prowadzenie negocjacji i mediacji mi dzynarodowych		3	2	0	
Metody ksztalcenia	Prezentacja multimedialna, casy, rozwi zywanie zada problemowych, praca w grupach				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	EGZAMIN USTNY			EP1	
	PREZENTACJA			EP2,EP3,EP4,EP5	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Wła ciwe przedstawienie i rozwi zanie problemu negocjacyjnego, odpowiedzenie na pytania podczas egzaminu ustnego.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocen ko cow jest rednia arytmetyczna ocen uzyskanych z zaliczenia wicze i wykładów.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	mediacje i negocjacje w biznesie		Arytmetyczna	
	3	mediacje i negocjacje w biznesie [wykład]	zaliczenie z ocen		
	3	mediacje i negocjacje w biznesie [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	H. Mruk (2004): Komunikowanie si w marketingu, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne				
	L.Gracz, K. Słupi ska (2018): Negocjacje i komunikacja, Edu-Libri, Kraków				
Literatura uzupełniaj ca	E.M. Cenker (2011): Negocjacje jako forma komunikacji interpersonalnej, WSB, Pozna				
	J. Camp (2008): Wychodz c od nie, Exclusive				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie si do zaj	10		0		
Studiowanie literatury	5		0		
Udział w konsultacjach	8		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10		0		

Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	10	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

SYLABUS (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: metodologia bada w naukach społecznych (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3437_13S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	2	wiczenia	15	0	ZO	3
		wykład	15	0	E	
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		dr ALBERT TERELAK				
Prowadz cy zaj cia:		dr ALBERT TERELAK				
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z podstawowymi praktycznymi aspektami planowania i realizacji bada społecznych				
Wymagania wst pne:		brak wymaga wst pnych				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna i potrafi zdefiniowa podstawowe poj cia z zakresu metod bada społecznych		K_W01	
	2	EP2	zna i rozumie zasady konceptualizacji problematyki badawczej		K_W01 K_W03	
	3	EP3	zna i rozumie procedur operacjonalizacji problematyki badawczej		K_W01 K_W03	
	4	EP4	zna podstawowe metody i techniki bada społecznych		K_W01 K_W03	
	5	EP5	zna metody doboru prób badawczych		K_W01 K_W03	
umiej tno ci	1	EP6	potrafi konceptualizowa problematyk badawcz		K_U04	
	2	EP7	potrafi zaplanowa realizacj badania (dobra plan badawczy do przyj tych hipotez)		K_U03 K_U04	
	3	EP8	potrafi przeprowadzi operacjonalizacj zało e przyj tych do bada		K_U04	
	4	EP10	potrafi pracowa w zespole badawczym		K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP9	jest gotów zasi ga opinii ekspertów w zakresie analizy materiału empirycznego zgromadzonego w badaniu		K_K02	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	
					Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning	
Przedmiot: metodologia bada w naukach społecznych						
Forma zaj : wykład						

<p>1. Natura procesu badawczego</p> <p>1. Wiedza naukowa a wiedza potoczna; kryteria naukowo ci wiedzy. Cele poznania naukowego. Schemat poznania naukowego. Dwa uj cia zagadnie metodologicznych w naukach społecznych;</p> <p>2. Znaczenie teorii w realizacji badania naukowego. Metodologia pracy teoretycznej. Ogólne zasady pracy z teori oraz z danymi wtórnymi w pracy teoretycznej</p>	2	4	0
<p>2. Konceptualizacja badania naukowego</p> <p>Projekt bada i zagadnienia zwi zane z realizacj badania (omówienie problematyki na podstawie literatury i przykładów zaproponowanych przez wykładowc)</p> <ul style="list-style-type: none"> - formułowanie problemu badawczego, - stawianie hipotez naukowych, - zmienne i ich charakterystyka, - poj cie wska nika, podział wska ników 	2	2	0
<p>3. Modele sprawdzania hipotez naukowych</p> <p>1. Eksperymentalny, quasi-eksperymentalny i pre-eksperymentalny model bada empirycznych</p> <ul style="list-style-type: none"> - cechy planu badawczego, - schematy zwi zków mi dzy zmiennymi badawczymi, - przegl d podstawowych planów badawczych; <p>2. Korelacyjny model bada empirycznych</p> <ul style="list-style-type: none"> - zwi zek korelacyjny a zwi zek przyczynowo-skutkowy, - siła zwi zku mi dzy zmiennymi, - podstawowe współczynniki korelacji mi dzy zmiennymi, 	2	4	0
<p>4. Operacjonalizacja oraz elementy teorii pomiaru</p> <p>1. Zmienne i wska niki a pomiar</p> <ul style="list-style-type: none"> - kategoryzacja zmiennych, - dobór wska ników, - definicje operacyjne; <p>2. Formalne własno ci danych;</p> <p>3. Zasady dokonywania pomiaru;</p> <p>4. Poziomy pomiaru a mo liwo ci zastosowania metod analizy danych;</p> <p>5. Skale pomiarowe, bł dy pomiaru.</p>	2	3	0
<p>5. Zagadnienia zwi zane z doбором próby badawczej. Elementy teorii próby losowej.</p> <p>1. Probabilistyczne i nieprobabilistyczne metody doboru prób do bada ;</p> <p>2. Reprezentatywno próby badawczej.</p>	2	2	0
<p>Forma zaj : wiczenia</p>			
<p>1. 1. Znaczenie teorii w realizacji badania naukowego. Metodologia pracy z teori ;</p> <p>2. Analiza przypadku sytuacji społecznej w rzeczywisto ci empirycznej z perspektywy wybranych teorii</p> <ul style="list-style-type: none"> - procedura pracy badacza z teori , - identyfikacja problematyki badawczej, - identyfikacja oraz definicje poj teorii opisuj cych wła ciwo ci jednostek analizy, relacji mi dzy nimi oraz poj opisuj cych zjawiska behawioralne, składaj ce si na przyj t problematyk badawcz , - identyfikacja i analiza twierdze teorii opisuj cych oraz wyja niaj cych fakty rzeczywisto ci empirycznej, - deskrypcja oraz eksplanacja faktów rzeczywisto ci empirycznej. 	2	4	0
<p>2. Konceptualizacja problematyki badawczej</p> <p>1. Analiza i omówienie problematyki wybranych bada ;</p> <p>2. Formułowanie problemów badawczych i dociekanie hipotez na podstawie: twierdze teorii, danych zastanych, wyników zwiadu badawczego.</p>	2	4	0
<p>3. wiczenia doboru planu badawczego do konkretnych hipotez naukowych</p>	2	2	0
<p>4. wiczenia operacyjnego definiowania problematyki sformułowanej w hipotezach przyj tych do bada</p> <p>1. Dobór wska ników do kategorii zmiennych uj tych w hipotezach;</p> <p>2. Podstawy psychometrii;</p> <p>3. Konstrukcja narz dzi do pomiaru;</p>	2	3	0
<p>5. Gromadzenie i porz dkowanie danych z przeprowadzonych bada</p> <p>1. Zasady kodowania danych;</p> <p>2. Praca z baz danych.</p>	2	2	0
<p>Metody kształcenia</p>	<p>Metody problemowe - wykład konwersatoryjny, Metody praktyczne - wiczenia przedmiotowe, wiczenia laboratoryjne, Metody podaj ce - wykład informacyjny, Metody programowane - z u yciem komputera</p>		

Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu		
	EGZAMIN PISEMNY		EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8		
	SPRAWDZIAN		EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8		
	PREZENTACJA		EP2,EP3,EP6,EP8		
	ZAJCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)		EP1,EP10,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9		
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.					
Forma i warunki zaliczenia	<p>Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest uzyskanie pozytywnej oceny z testu wiedzy, stanowi tego pierwszy z testu egzaminacyjnego oraz z testu umiejętności, stanowi tego drugi z testu egzaminacyjnego.</p> <p>Test wiedzy składa się z pytań punktowanych po jednym punkcie za każdą poprawną odpowiedź.</p> <p>Skala ocen: 90-100% poprawnych odpowiedzi: 5,0; 81-89% poprawnych odpowiedzi: 4,5; 70-80% poprawnych odpowiedzi: 4,0; 61-69% poprawnych odpowiedzi: 3,5; 50-60% poprawnych odpowiedzi: 3,0.</p> <p>Test umiejętności składa się z zestawu pytań/zadań problemowych - odwołujących się do umiejętności z zakresu poruszanej na zajęciach problematyki - punktowanych po jednym punkcie za każdą poprawną odpowiedź.</p> <p>Skala ocen: 90-100% poprawnych odpowiedzi: 5,0; 81-89% poprawnych odpowiedzi: 4,5; 70-80% poprawnych odpowiedzi: 4,0; 61-69% poprawnych odpowiedzi: 3,5; 50-60% poprawnych odpowiedzi: 3,0.</p> <p>Oceny z wiedzy wynika z punktacji uzyskanej za sprawdziany czyłkowe, za zadane do wykonania i zaprezentowania prace indywidualne lub zespołowe, oraz za indywidualną aktywność na zajęciach.</p> <p>System punktacji wiedzy - suma punktów w przedziale: 30 - 39 - ocena dostateczna (3,0); suma punktów w przedziale: 40 - 44 - ocena dostateczna + (3,5); suma punktów w przedziale: 45 - 54 - ocena dobra (4,0); suma punktów w przedziale: 55 - 59 - ocena dobra + (4,5); suma punktów w przedziale: 60 - 99 - ocena bardzo dobra (5,0); suma punktów 100 i więcej - ocena bardzo dobra i zwolnienie z egzaminu</p>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Oceny z przedmiotu stanowi średnia ważona ocen z wiedzy (waga 0,30) oraz oceny z testu egzaminacyjnego, stanowicej średnią arytmetyczną z ocen z testu wiedzy i z testu umiejętności (waga 0,7). <p>System średnich ocen czyłkowych: średnia w przedziale: 4,75-5,0 ocena bardzo dobra (5,0); średnia w przedziale: 4,35-4,74 - ocena dobra plus (4,5); średnia w przedziale: 3,75-4,34 - ocena dobra (4,0); średnia w przedziale: 3,35-3,74 - ocena dostateczna plus (3,5); średnia w przedziale: 2,91-3,34 - ocena dostateczna (3,0).</p>				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	2	metodologia badań w naukach społecznych		Ważona	
	2	metodologia badań w naukach społecznych [wyczenia]	zaliczenie z ocen		0,30
	2	metodologia badań w naukach społecznych [wykład]	egzamin		0,70
Literatura podstawowa	Babbie Earl (2004): Badania społeczne w praktyce, PWN, Warszawa				
	Brzeziński Jerzy (2014): Metodologia badań psychologicznych, PWN, Warszawa				
	Nachmias-Frankfort Chawa, Nachmias David (2001): Metody badawcze w naukach społecznych, Zysk i S-ka, Poznań				
	Strelau Jan(red.) (2008): Psychologia. Podręcznik akademicki. Podstawy psychologii, Tom 1, GWP, Gdańsk				

Literatura uzupełniająca	Krzysztof Konecki (2000): Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana, PWN, Warszawa
	Oppenheim Bram (2004): Kwestionariusze, wywiady, pomiary postaw, Zysk i S-ka, Poznań
	Renate Mayntz, Kurt Holm, Peter Hüber (1985): Wprowadzenie do metod socjologii empirycznej, PWN, Warszawa
	Shaughnessy John J., Zechmeister Eugene B., Zechmeister Jeanne S. (2002): Metody badawcze w psychologii, GWP, Gdańsk
	Strelau Jan, Doliński Dariusz (2008): Psychologia. Podręcznik akademicki, Tom 1, GWP, Gdańsk

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	3	0
Przygotowanie się do zajęć	10	0
Studiowanie literatury	13	0
Udział w konsultacjach	9	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	5	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: metody analiz statystycznych w naukach społecznych (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3432_14S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	2	laboratorium	30	0	ZO	6
		wykład	30	0	E	
Razem			60			6
Koordynator przedmiotu:		dr hab. MAŁGORZATA TARCZY SKA-LUNIEWSKA				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. MAŁGORZATA TARCZY SKA-LUNIEWSKA				
Cele przedmiotu:		Uzyskanie podstawowej wiedzy o metodach statystycznych oraz mo liwo ciach ich zastosowania w naukach społecznych				
Wymagania wst pne:		<p>Student w zakresie wiedzy wykazuje si znajomo ci podstaw matematyki ze szkoły redniej oraz podstaw makroekonomii i mikroekonomii</p> <p>Student wykazuje si umiej tno ci logicznego my lenia oraz potrafi posługiwa si podstawowymi funkcjami arkusza kalkulacyjnego Excel</p> <p>Student w zakresie kompetencji (postaw) potrafi: samodzielnie i w zespole opracowywa zagadnienia i problemy w zakresie wskazanego obszaru tematycznego; potrafi samodzielnie korzysta z literatury</p>				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna i rozumie podstawowe tendencje rozwojowe oraz zało enia teoretyczne i metodologiczne nauk społecznych, w szczególno ci nauk o zarz dzaniu i jako ci, psychologii oraz socjologii		K_W01	
	2	EP2	posiada zaawansowan wiedz na temat metodologii bada , planowania i realizowania bada empirycznych i analizy statystycznej zebranych danych w obszarze nauk społecznych		K_W03	
	3	EP3	posiada zaawansowan wiedz na temat zasad i mechanizmów pozyskiwania wiedzy oraz informacji, w tym przy wykorzystaniu narz dzi informatycznych oraz Internetu, a tak e zasad ich wykorzystania w pracy naukowej oraz biznesie		K_W04	

umiejętności	1	EP4	potrafi opisywać, wyjaśniać i interpretować wybrane zjawiska i procesy związane z nauką zarządzania i jakością oraz psychologii, w tym procesy komunikowania się oraz gospodarowania zasobami ludzkimi, materialnymi i niematerialnymi w biznesie	K_U01
	2	EP5	potrafi analizować i oceniać systemy zarządzania oraz zachowania organizacyjne i konsumenckie w warunkach nie w pełni przewidywalnych wykorzystując wiedzę dotyczącą metod i narzędzi stosowanych w psychologii oraz naukach o zarządzaniu i jakości	K_U02
	3	EP6	potrafi dobierać, pozyskiwać, przetwarzać oraz krytycznie analizować informacje w celu ich syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji stosując poznane metody i narzędzia	K_U05
	4	EP7	potrafi przeprowadzić proces badawczy z obszaru nauk społecznych, w tym dokonać analizy psychologicznej i rozpoznać zaburzenia procesów psychicznych, a także przygotować i przeprowadzić badanie marketingowe	K_U04
kompetencje społeczne	1	EP8	jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści z zakresu metod i technik komunikacji oraz psychologii w biznesie oraz do ciągłego dokształcania się w zakresie realizowanych działań zawodowych	K_K01
	2	EP9	jest gotów do uznania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych z zakresu zarządzania i psychologii oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	K_K02

TRECI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE	Semestr	Liczba godzin zajęć	
			w tym e-learning

Przedmiot: **metody analiz statystycznych w naukach społecznych**

Forma zajęć : **wykład**

1. Problem badawczy	2	3	0
2. Podstawowe pojęcia statystyczne	2	2	0
3. Wybrane metody ilościowe w badaniach społecznych - zagadnienia wstępne	2	4	0
4. Metody badania prawidłowości struktury	2	2	0
5. Metody badania prawidłowości współzależności	2	2	0
6. Metody jakościowe w badaniach społecznych	2	4	0
7. Podstawy wnioskowania statystycznego - estymacja statystyczna	2	3	0
8. Podstawy wnioskowania statystycznego - weryfikacja statystyczna	2	2	0
9. Wybrane testy parametryczne w badaniach społecznych	2	4	0
10. Wybrane testy nieparametryczne	2	4	0

Forma zajęć : **laboratorium**

1. Projektowanie badania statystycznego	2	4	0
2. Metody badania prawidłowości struktury ? analiza przypadków	2	4	0
3. Metody badania współzależności ? analiza przypadków	2	4	0
4. Estymacja statystyczna ? analiza przypadków	2	4	0
5. Weryfikacja parametryczna ? analiza przypadków	2	5	0

6. Weryfikacja nieparametryczna ? analiza przypadków		2	5	0	
7. Prezentacja projektów grupowych - analiza i ocena zrealizowanych case study		2	2	0	
8. Kolokwium		2	2	0	
Metody kształcenia	Wykłady i wiczenia z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych., Analiza case study aktywizuj ca do pracy samodzielnej i w grupie., Praca w grupie podczas opracowywania projektu grupowego rozwijaj ca umiej tno pracy w zespole., W ramach zaj wykorzystanie dost pnych pakietów statystycznych				
Metody weryfikacji efektów uczenia si		Nr efektu uczenia si z sylabusa			
	EGZAMIN PISEMNY	EP2			
	KOLOKWIUM	EP2,EP3,EP5			
	PROJEKT	EP1,EP3,EP4,EP5,EP7,EP8			
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)	EP2,EP6,EP9			
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.					
Forma i warunki zaliczenia	Laboratoria: 1. opracowanie projektu grupowego uwzgl dniaj cego nabyt wiedz , umiej tno ci oraz kompetencje społeczne - student jest zobligowany do wykonania projektu grupowego z zakresu tematycznego przedmiotu, przy czym nast puje samodzielnie sformułowanie problemu badawczego i doprowadzenie do jego rozwi zania; przygotowany projekt (prezentacja) jest przedstawiany prowadz cemu, który dokonuje jego weryfikacji pod k tem poprawno ci. Projekt jest obligatoryjn cz ci składow zaj 2. kolokwium - studenci oceniani s na podstawie (1-2) pisemnych kolokwiów obejmuj cych weryfikacj umiej tno ci rozwi zywania problemów z zakresu nauk społecznych z wykorzystaniem metod statystycznych. Studenci podczas kolokwiów mog korzysta z ujednoliconych tablic i wzorów statystycznych. Ocena z wicze jest wypadkow ocen cz stkowych (z kolokwiów i projektu). Egzamin pisemny testuj cy wiedz i umiej tno ci studentów. Egzamin obejmuje pytania/zadania otwarte i zamkni te, odnosz ce si do przykładów analitycznych, w których student musi wykaza si znajomo ci zało e koniecznych w prowadzeniu analiz oraz znajomo ci stosowanych metod statystycznych w naukach społecznych				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena ko cowa wyznaczana jest jako rednia arytmetyczna z uzyskanych ocen z egzaminu pisemnego i laboratorium.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	metody analiz statystycznych w naukach społecznych		Arytmetyczna	
	2	metody analiz statystycznych w naukach społecznych [wykład]	egzamin		
	2	metody analiz statystycznych w naukach społecznych [laboratorium]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Aczel, A.D, Sounderpandian J (2017): Statystyka w zarz dzaniu, PWN, Warszawa				
	B k l., Markowicz I., Mojsiewicz M., Wawrzyniak K.. (2015): Wzory i tablice. Metody statystyczne i ekonometryczne, CeDeWu, Warszawa				
	Ferguson G., Takane Y. (2019): Analiza statystyczna w psychologii i pedagogice, , PWN, Warszawa				
	Flick, U. (2010): Projektowanie badania jako ciowego, PWN, Warszawa				
	Francuz P., Mackiewicz R. (2007): Liczby nie wiedz sk d pochodz , KUL, Lublin				
	Perek-Białas J., Rószkiewicz M., W ziak-Białowska D., Zi ba-Pietrzak A (2013): Projektowanie bada społeczno-ekonomicznych. Rekomendacje i Praktyka badawcza, PWN, Warszawa				
Literatura uzupełniaj ca	Baszczy ska A., Witaszczyk A., Doma ski Cz., Pekasiewicz D. (2014): Testy statystyczne w procesie podejmowania decyzji, Wydawnictwo UŁ, Łód				
	Creswell J. W. (2009): Projektowanie bada naukowych. Metody jako ciowe, ilo ciowe i mieszane, , Wydawnictwo UJ, , Kraków				
	Frankfort-Nachmias Ch. Nachmias D. (2001): Metody badawcze w naukach społecznych, Zysk i S-ka , Pozna				

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	60	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	4	0
Przygotowanie się do zajęć	15	0
Studiowanie literatury	20	0
Udział w konsultacjach	21	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	15	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	150	
Liczba punktów ECTS	6	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Moduł: Psychologia w zarz daniu personelem [moduł]							
Nazwa przedmiotu: metody analizy kompetencyjnej (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_59S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 6 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
3	6	wiczenia	30	0	ZO	4	
		wykład	15	0	E		
Razem			45			4	
Koordynator przedmiotu:		dr MAGDALENA ŁAWICKA					
Prowadz cy zaj cia:		dr MAGDALENA ŁAWICKA					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest poznanie studentów z metodami analizy kompetencyjnej jako narz dziami opisywania i oceny zachowania jednostki, zespołu b d organizacji, w stosunku do sformułowanych w organizacji wymaga , w tak e nabycie umiej tno ci stosowania ró nych metod oceny kompetencji oraz kształtowanie postawy odpowiedniej do przeprowadzania takich ocen.					
Wymagania wst pne:		Znajomo podstawowych procesów organizacyjnych, w tym kadrowych. Znajomo zachowa organizacyjnych.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student rozumie podstawowe procesy kadrowe zachodz ce w organizacji.			K_W02	
	2	EP4	Student identyfikuje poszczególne zachowania w organizacji i zna podstawowe procesy psychologiczne.			K_W08	
umiej tno ci	1	EP2	Student potrafi opisywa procesy dotycz ce zarz dzania organizacj , w tym zasobami ludzkimi.			K_U01 K_U03 K_U06	
	2	EP5	Student potrafi dobiera wła ciwe metody zarz dzania pracownikami do potrzeb organizacji.			K_U01 K_U06	
kompetencje społeczne	1	EP3	Student jest gotów do uznania znaczenia wiedzy w rozwi zywaniu problemów poznawczych z zakresu zarz dzania i psychologii.			K_K02	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: metody analizy kompetencyjnej							
Forma zaj : wykład							
1. Znaczenie kompetencji dla rozwoju dzisiejszej organizacji					6	2	0
2. Kompetencje organizacyjne, zawodowe i stanowiskowe.					6	4	0
3. Zarz dzenie kompetencjami w organizacji					6	4	0
4. Pomiar i ocena kompetencji w organizacji					6	3	0

5. Metody pomiaru i doskonalenia własnych kompetencji		6	2	0	
Forma zaj : wiczenia					
1. Poj cie kompetencji i ich typologia		6	2	0	
2. Istota i komponenty kompetencji organizacyjnych		6	2	0	
3. Kluczowe kompetencje organizacji ródlem przewagi konkurencyjnej		6	3	0	
4. Warto kompetencji w kształtowaniu warto ci organizacji		6	2	0	
5. Poziomy zarz dzania kompetencjami w organizacji		6	3	0	
6. Zadania i cele zarz dzania kompetencjami w organizacji		6	4	0	
7. Zastosowanie modelu kompetencyjnego w poszczególnych procesach kadrowych		6	4	0	
8. Narz dzia wykorzystywane w analizie kompetencyjnej		6	4	0	
9. Zarz dzanie własnymi kompetencjami		6	6	0	
Metody kształcenia	Prezentacja, rozmowa, analiza przypadków, wspólna dyskusja				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Uzyskanie co najmniej 60% poprawnych odpowiedzi na kolokwium z wicze oraz egzaminie.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena ko cowa z przedmiotu wyliczana jest jako rednia ocen uzyskanych z zaliczenia wicze oraz egzaminu.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	6	metody analizy kompetencyjnej		Arytmetyczna	
	6	metody analizy kompetencyjnej [wykład]	egzamin		
	6	metody analizy kompetencyjnej [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Alicja Sajkiewicz (2008): Kompetencja mened erów w organizacji ucz cej si , Difin, Warszawa				
	Grzegorz Filipowicz (2016): Zarz dzanie kompetencjami, Wolters Kluwer, Warszawa				
	Paweł Smóła (2016): Kompetencje społeczne. Metody pomiaru i doskonalenia umiej tno ci interpersonalnych, Wolters Kluwer, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca	Marek Jabło ski (2009): Kompetencje pracownicze w organizacji ucz cej si . Metody doskonalenia i rozwoju, C.H. Beck, Warszawa				
	Urszula Sta czyk (2016): Kompetencje. Aspekty teoretyczne i praktyczne., Difin, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	45	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0			
Przygotowanie si do zaj	15	0			
Studiowanie literatury	18	0			

Udział w konsultacjach	10	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	10	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Nazwa przedmiotu: metody twórczego rozwi zywania problemów (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_28S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	konwersatorium	30	0	ZO	3	
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr MALWINA SZCZEPKOWSKA					
Prowadz cy zaj cia:		dr MALWINA SZCZEPKOWSKA					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy i ukształtowanie umiej tno ci twórczego my lenia i rozwi zywania problemów nieustrukturyzowanych. Przedmiot rozwija kompetencje w zakresie budowania i pobudzania kreatywno ci, okre lania priorytetów oraz umiej tno ci dyskusji i pracy w grupie.					
Wymagania wst pne:		Wiedzy: zna podstawowe poj cia z zakresu przedsi biorczo ci (w zakresie szkoły redniej) Umiej tno ci: umie pracowa w grupie, umiej tno dyskusji i argumentowania Kompetencji (postaw): otwarto na wiedz oraz argumentacj uczestników wicze					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	zna poj cie kreatywno ci, twórczo ci, innowacji		K_W01		
	2	EP2	zna podstawowe metody twórczego rozwi zywania problemów		K_W02 K_W04		
umiej tno ci	1	EP3	potrafi zastosowa metody wspomagania twórczego my lenia		K_U02 K_U03		
	2	EP4	potrafi zastosowa metody do rozwi zywania problemów		K_U03 K_U05		
	3	EP5	potrafi odpowiednio okre la priorytety i hierarchi zada		K_U05		
	4	EP6	potrafi dyskutowa i pracowa w grupie		K_U06 K_U08		
kompetencje społeczne	1	EP7	jest gotów do twórczego rozwi zywania problemów w przedsi biorstwie		K_K03		
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: metody twórczego rozwi zywania problemów							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Działanie umysłu i twórcze my lenie. Poj cie kreatywno ci. Kreatywno a innowacyjno .					4	3	0
2. Metody pobudzania kreatywno ci.					4	1	0
3. Techniki pracy w grupie. Problem, rodzaje problemu. Bariery i ograniczenia w rozwi zywaniu problemu.					4	2	0
4. Podział metod twórczego my lenia					4	1	0
5. Omówienie technik twórczego my lenia - metody my lenia lateralnego					4	3	0

6. Omówienie technik twórczego mylenia - metody z grupy burzy mózgów		4	4	0	
7. Omówienie technik twórczego mylenia - metody z grupy dyskusji		4	4	0	
8. Inne techniki rozwiązywania problemów. Graficzne metody prezentacji i rozwiązywania problemów		4	4	0	
9. Praktyczne przykłady wykorzystania metod twórczego rozwiązywania problemów w podejmowaniu decyzji		4	4	0	
10. Sesja kreatywna z udziałem praktyków. Prezentacje problemów i strategii rozwiązań.		4	4	0	
Metody kształcenia	Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych, Praca z grupach, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI)			EP3,EP4,EP5,EP6,EP7	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Ocena końcowa ustalana jest na podstawie ocen częściowych otrzymywanych w trakcie semestru za pracę w trakcie zajęć (dyskusja) i kolokwium.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu stanowi średnia arytmetyczna z ocen za kolokwium i za aktywność i projekt na zajęciach. Warunkiem uzyskania zaliczenia jest otrzymanie pozytywnej oceny (uzyskanie 50% wszystkich punktów).				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	metody twórczego rozwiązywania problemów		Ważona	
	4	metody twórczego rozwiązywania problemów [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Goldberg E. (2019): KREATYWNOŚĆ. Mózg w dobie innowacji, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Nacka E. i inni (2022): Psychologia twórczości, Smak słowa, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	Biela A. (2015): TRENING KREATYWNOŚCI. Jak pobudzić twórcze myślenie, Edgard, Warszawa				
	Kosieradzka A. i inni (2013): Metody i techniki pobudzania kreatywności w organizacji i zarządzaniu, Edu-Libri, Warszawa				
	Nacka E. (2012): PSYCHOLOGIA TWÓRCZOŚCI, GWP, Gdańsk				
	praca zbiorowa (2015): Twórczość. Kreatywność. Innowacyjność, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin				
	Strączek M. (2017): Kreatywność. Jak ją rozwijać w sobie i w organizacji, EdisonTeam.pl				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin		W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne		30		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2		0	
Przygotowanie się do zajęć		13		0	
Studiowanie literatury		5		0	
Udział w konsultacjach		10		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		0		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		15		0	
Łączny nakład pracy studenta w godz.		75			
Liczba punktów ECTS		3			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: metody wspomaganie decyzji (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_20S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	wiczenia	30	0	ZO	5
		wykład	15	0	E	
Razem			45			5
Koordynator przedmiotu:		prof. dr hab. in . KESRA NERMEND				
Prowadz cy zaj cia:		prof. dr hab. in . KESRA NERMEND				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest ukazanie mo liwo ci zastosowania komputera (wykorzystuj c dane jako ciowe i ilo ciowe) do modelowania sytuacji decyzyjnych. Przedstawione zostan ró ne podej cia metodyczne rozwi zywania problemów decyzyjnych z obszaru wielokryterialnej i wielowymiarowej analizy decyzyjnej.				
Wymagania wst pne:		Dobra znajomo arkuszy kalkulacyjnych.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Zna podstawowe narz dzia gromadzenia i prezentacji danych spoeczno-gospodarczych na poziomie makro, mezo i mikroekonomicznym		K_W01 K_W02	
	2	EP2	Ma znajomo technik matematycznych w zakresie niezbdnym dla ilo ciowego opisu, zrozumienia oraz modelowania problemów biznesowych o rednim poziomie zło ono ci		K_W03 K_W04	
umiej tno ci	1	EP3	Potrafi modelowa wybrane zjawiska i procesy w gospodarce z wykorzystaniem podstawowych metod i narz dzi informatycznych		K_U02 K_U05 K_U09	
kompetencje spoeczne	1	EP4	Jest gotów wykorzystywa posiadana wiedz do zastosowa w komputerowym wspomaganie decyzji oraz ponosi odpowiedzialno za stosowane procedury wspomaganie decyzji		K_K02	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning	
Przedmiot: metody wspomaganie decyzji						
Forma zaj : wykład						
1. Zagadnienia wst pne do komputerowego wspomaganie decyzji				3	2	0
2. Aspekty behawioralne podejmowaniu decyzji				3	2	0

3. Proces podejmowania decyzji oraz przegląd metod wspomagania decyzji		3	2	0
4. Metody oparte na funkcjach użyteczności -studium przypadku		3	2	0
5. Metody oparte na relacji przewyższania -studium przypadku		3	2	0
6. Wielokryterialne metody wykorzystujące punkty referencyjne - studium przypadku		3	2	0
7. Metody wielowymiarowej analizy porównawczej -studium przypadku		3	2	0
8. Podsumowanie i zaliczenie przedmiotu		3	1	0
Forma zajęć : wiczenia				
1. Analiza ogólnych dostępnych baz danych		3	2	0
2. Metody wielowymiarowej analizy porównawczej w podejmowaniu decyzji biznesowych- zastosowanie praktyczne		3	8	0
3. Metody oparte na funkcjach użyteczności w podejmowaniu decyzji biznesowych- zastosowania praktyczne		3	4	0
4. Wielokryterialne metody wykorzystujące punkty referencyjne w podejmowaniu decyzji biznesowychzastosowania praktyczne		3	6	0
5. Metody oparte na relacji przewyższania w podejmowaniu decyzji biznesowych- zastosowania praktyczne		3	4	0
6. Wielokryterialne metody eksperckie w podejmowaniu decyzji biznesowych- zastosowania praktyczne		3	4	0
7. Podsumowanie i zaliczenie przedmiotu		3	2	0
Metody kształcenia	Wykłady z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych. Laboratoria realizowane przy wykorzystaniu oprogramowania komputerowego.			
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2
	PROJEKT			EP1,EP2,EP3,EP4
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.			
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie laboratoriów na podstawie sprawozdań realizowanych zadań projektowych. Zaliczenie wykładów na podstawie egzaminu pisemnego obejmującego treści przedstawione na wykładzie oraz literaturę podstawową.			
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu			
	średnia arytmetyczna ocen uzyskanych z zaliczenia wiczeń oraz egzaminu.			
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny
	3	metody wspomagania decyzji		Arytmetyczna
	3	metody wspomagania decyzji [wykład]	egzamin	
	3	metody wspomagania decyzji [wiczenia]	zaliczenie z ocen	
Literatura podstawowa	J. Cypryański, A. Borawska, T. Komorowski (2016): Excel dla menedżera, PWN, Warszawa			
	Kesra Nermend (2017): Metody analizy wielokryterialnej i wielowymiarowej we wspomaganiu decyzji, PWN, Warszawa			
Literatura uzupełniająca				
NAKŁAD PRACY STUDENTA				
		Liczba godzin		
		W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	45		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0	
Przygotowanie się do zajęć	10		0	
Studiowanie literatury	20		0	

Udział w konsultacjach	25	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	12	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	11	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	125	
Liczba punktów ECTS	5	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Moduł: Zachowania konsumenckie [moduł]							
Nazwa przedmiotu: neuromarketing (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_53S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 6 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
3	6	laboratorium	30	0	ZO	4	
		wykład	15	0	E		
Razem			45			4	
Koordynator przedmiotu:		dr in . ANNA BORAWSKA					
Prowadz cy zaj cia:		dr in . ANNA BORAWSKA					
Cele przedmiotu:		Zdobycie wiedzy zwi zanej z teoriami i zastosowaniami neuromarketingu Nabycie umiej tno ci projektowania i przeprowadzania bada neuromarketingowych Kształtowanie aktywnej postawy uczenia si przez całe ycie					
Wymagania wst pne:		Znajomo podstaw marketingu Umiej tno obsługi komputera w srodowisku operacyjnym MS Windows;					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student zna i rozumie teorie oraz zastosowania neuromarketingu			K_W05	
umiej tno ci	1	EP2	Student potrafi zaprojektowa i przeprowadzi badanie z zakresu neuromarketingu			K_U04	
kompetencje społeczne	1	EP3	Student rozumie potrzeb uczenia si przez całe ycie i nad ania za nowymi rozwi zaniami z zakresu neuromarketingu			K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: neuromarketing							
Forma zaj : wykład							
1. Wprowadzenie do neuromarketingu					6	2	0
2. Funkcje mózgu a neuromarketing					6	2	0
3. Procesy psychologiczne i neuromarketing					6	2	0
4. Technologie i techniki neuromarketingowe					6	3	0
5. Projektowanie i przeprowadzanie bada eksperymentalnych					6	3	0
6. Neuromarketing - studia przypadku					6	3	0
Forma zaj : laboratorium							
1. Laboratorium badawcze					6	2	0

2. Przegląd technik neuromarketingowych		6	2	0	
3. Elektroencefalografia		6	4	0	
4. Pomiar reakcji skórno-galwanicznej i t tna		6	2	0	
5. Eye-tracking		6	4	0	
6. Rozpoznawanie mimiki twarzy		6	2	0	
7. Projekt i przeprowadzenie eksperymentu badawczego		6	14	0	
Metody kształcenia	Laboratoria: przeprowadzanie eksperymentów neuromarketingowych, przygotowanie projektu, Wykłady: prezentacje multimedialne				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1	
	PROJEKT			EP2,EP3	
	ZAJCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP2	
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.					
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie laboratoriów: ocena wyliczona na podstawie liczby punktów zdobytych za zadania oraz projekt realizowane podczas zajęć.				
	Zaliczenie wykładu: egzamin (pismna odpowiedź na pytania teoretycznych)				
Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
Ocena końcowa z przedmiotu to średnia arytmetyczna oceny z wykładu i oceny z laboratoriów. Obie formy muszą być zaliczone przynajmniej na ocenę dostateczną.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	6	neuromarketing		Arytmetyczna	
	6	neuromarketing [wykład]	egzamin		
	6	neuromarketing [laboratorium]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Moran Cerf, Manuel Garcia-Garcia (2017): Consumer neuroscience, The MIT Press				
	Anne-Sophie Bayle-Tourtoulou, Michel Badoc (2020): The Neuro-Consumer: Adapting Marketing and Communication Strategies for the Subconscious, Instinctive and Irrational Consumer's Brain, Routledge				
	Sam Page (2015): Digital Neuromarketing: The Psychology of Persuasion in the Digital Age, Neurotriggers				
	Thomas Zoëga Ramsøy (2015): Introduction to Neuromarketing & Consumer Neuroscience, Neurons Inc				
Literatura uzupełniająca	Różni autorzy: Wybrane artykuły z międzynarodowych czasopism marketingowych i neuronaukowych				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	45		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	16		0		
Studiowanie literatury	10		0		
Udział w konsultacjach	7		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	5		0		
Łączny nakład pracy studenta w godz.	100				
Liczba punktów ECTS	4				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Nazwa przedmiotu: neuronauka poznawcza (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_27S			
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 			
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	konwersatorium	15	0	ZO	3	
		laboratorium	30	0	ZO		
Razem			45			3	
Koordynator przedmiotu:		dr in . MATEUSZ PIWOWARSKI					
Prowadz cy zaj cia:		dr in . MATEUSZ PIWOWARSKI					
Cele przedmiotu:		Zaj cia maj na celu pogł bienie wiedzy z zakresu neuronauki poznawczej, metod i technik pomiarowych oraz nabycie umiej tno ci posługiwania si sprz tem oraz oprogramowaniem badawczym.					
Wymagania wst pne:		Znajomo podstawowych zagadnie z zakresu biologii człowieka oraz umiej tno ci posługiwania si technologiami informatycznymi.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	Zna zasady, metody, techniki i procedury post powania badawczego, a tak e narz dzia gromadzenia i przetwarzania danych pomiarowych, pozyskiwanych za pomoc technik neuronauki poznawczej.		K_W01 K_W03 K_W05		
umiej tno ci	1	EP2	Posiada umiej tno ci planowania, projektowania oraz realizacji eksperymentów badawczych z wykorzystaniem triangulacji metod (neuronauki poznawczej, deklaratywnych), a tak e potrafi analizowa i interpretowa uzyskane wyniki.		K_U02 K_U03 K_U04		
kompetencje społeczne	1	EP3	Jest gotów do wykorzystywania wiedzy naukowej oraz nabytych umiej tno ci z zakresu neuronauki poznawczej do rozwi zywania praktycznych problemów.		K_K01 K_K02		
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: neuronauka poznawcza							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Mózg człowieka - informacje podstawowe					4	2	0
2. Neuronauka poznawcza - jak działa ludzki mózg					4	2	0
3. Mózg a zachowanie - metody i techniki badania reakcji i zachowa ludzkich					4	2	0
4. Jak mierzy aktywno mózgu?					4	2	0
5. Co daje nam analiza wzroku człowieka? Metody i techniki pomiarowe					4	2	0

6. Jak mierzy emocje i jak t wiedz wykorzysta ? Metody i techniki pomiarowe		4	2	0	
7. Praktyczne przykłady zastosowa technik neuronauki poznawczej		4	2	0	
8. Podsumowanie i zaliczenie zaj		4	1	0	
Forma zaj : laboratorium					
1. Eksperyment badawczy w praktyce		4	16	0	
2. Planowanie (cele, dobór bod ców, przebieg, analizy, wnioski) i przygotowanie projektu bada		4	4	0	
3. Realizacja bada z wykorzystaniem technik neuronauki poznawczej		4	10	0	
Metody kształcenia	Przedstawienie zagadnie teoretycznych w wykorzystaniem prezentacji multimedialnych. Przedstawienie i omówienie sprz tu oraz oprogramowania badawczego w laboratorium. Realizacja praktycznych zada eksperymentalnych na laboratoriach, według opracowanych scenariuszy badawczych.				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusa	
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA			EP1	
	PROJEKT			EP2,EP3	
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.					
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie cz ci teoretycznej (opracowanie pisemne) oraz cz ci praktycznej (plan, projekt eksperymentu badawczego).				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena z przedmiotu: rednia arytmetyczna oceny z konwersatorium i zaj laboratoryjnych.					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	neuronauka poznawcza		Arytmetyczna	
	4	neuronauka poznawcza [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		
	4	neuronauka poznawcza [laboratorium]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Passingham Richard (2021): Neuronauka poznawcza, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego				
	Red. Górski T., Grabowska A., Zagrodzka J. (2012): Mózg a zachowanie, PWN, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca	Ja kowski P. (2009): Neuronauka Poznawcza. Jak mózg tworzy umysł, Vizja Press & IT				
	Spitzer Manfred (2012): Jak uczy si mózg, PWN, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	45		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	4		0		
Przygotowanie si do zaj	5		0		
Studiowanie literatury	4		0		
Udział w konsultacjach	2		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10		0		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	5		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Moduł: Zachowania pracowników w zespole [moduł]							
Nazwa przedmiotu: neuroprzywódtwo (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_56S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 6 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
3	6	wiczenia	15	0	ZO	3	
		wykład	15	0	ZO		
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. JAROSŁAW KORPYSA					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. JAROSŁAW KORPYSA					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest zapoznanie studenta z wiedz dotycz c synchronizacji nauki o mózgu z zachowaniami przywódczymi oraz kształtowanie i postaw, dzi ki którym b dzie mógł dokona rzeczywistych zmian w zakresie przywództwa w organizacji.					
Wymagania wst pne:		Znajomo podstaw zarz dzania zasobami ludzkimi					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	Zna i rozumie istot neuroprzywódtwa w organizacji		K_W02		
	2	EP2	Zna i rozumie metody implementacji neruoprzywódtwa do organizacji		K_W01		
	3	EP3	Zna i rozumienie etyczne aspekty neuroprzywódtwa w organizacji		K_W10		
umiej tno ci	1	EP4	Potrafi ustala i wdra a cele neuroprzywódtwa w organizacji		K_U08		
	2	EP5	Potrafi kształci si i zdobywa wiedz dotycz c neuroprzywódtwa		K_U09		
kompetencje społeczne	1	EP6	Jest gotów do krytycznej oceny paradytmu neuroprzywódtwa w literaturze		K_K01		
	2	EP7	Jest gotów by odpowiedzialnym liderem w organizacji.		K_K06		
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: neuroprzywódtwo							
Forma zaj : wykład							
1. Istota neuroprzywódtwa i lidera w współczesnej organizacji					6	3	0
2. Pozycyjne i osobowe ró dła władzy					6	3	0
3. Uwarunkowania kulturowe i ich wpływ na postrzeganie neuroprzywódtwa					6	3	0

4. Paradygmat przywództwa neuroprzywództwa		6	3	0	
5. Neuroprzywództwo -szanse i zagrożenia implementacji w organizacji		6	3	0	
Forma zajęć : wiczenia					
1. Przywództwo genetyczne		6	3	0	
2. Style przywództwa. Funkcje przywództwa w organizacji		6	3	0	
3. Rola emocji w kreowaniu neuroprzywództwa		6	3	0	
4. Rola komunikacji w kreowaniu przywództwa		6	3	0	
5. Stres a przywództwo		6	3	0	
Metody kształcenia	metody podaj ce - prezentacja multimedialna metody problemowe - studium przypadku, dyskusja dydaktyczna, storyboard				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
	PROJEKT			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	wiczenia: Przedstawienie projektu końcowego. Wykłady: kolokwium pisemne.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena końcowa jest średnią arytmetyczną ocen uzyskanych z zaliczenia wiczeń i wykładów.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	6	neuroprzywództwo		Ważona	
	6	neuroprzywództwo [wykład]	zaliczenie z ocen		1,00
	6	neuroprzywództwo [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,00
Literatura podstawowa	T. Swart, K.Chisholm, P.Brown (2015): Neuroscience for Leadership: Harnessing the Brain Gain Advantage, Palgrave Macmillan				
	A. Ringleb, D. Rock (2013): Handbook of NeuroLeadership, Createspace Independent Publishing Platform				
	K. Blanchard (2021): Przywództwo wyższego stopnia. Blanchard o przywództwie i tworzeniu efektywnych organizacji, Wydawnictwo Naukowe PWN				
Literatura uzupełniająca	A.Ghadiri, A.Habermacher, T.Peters (2013): Neuroleadership: A Journey Through the Brain for Business Leaders, Springer				
	D. Rock (2019): Ciche przywództwo. Szesnaście kroków do polepszenia efektywności w pracy, Dom Wydawniczy Rebis				
NAKLAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne		30	0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu		0	0		
Przygotowanie się do zajęć		5	0		
Studiowanie literatury		10	0		
Udział w konsultacjach		12	0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		10	0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		8	0		

Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75
Liczba punktów ECTS	3

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Nazwa przedmiotu: ochrona własności intelektualnej (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_29S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	wiczenia	8	0	ZO	1	
Razem			8			1	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. MAREK KUNASZ					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. MAREK KUNASZ					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zasadami ochrony własności przemysłowej i podstawowymi uregulowaniami prawa autorskiego u ytecznymi przy praktycznej interpretacji przepisów prawa w tym zakresie oraz kreowanie wiadomości stałego uzupełniania wiedzy wraz ze zmian uregulowa .					
Wymagania wstępne:		Student posiada ogóln wiedzę z zakresu podstaw prawa.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna podstawowe poj cia i uregulowania prawa autorskiego			K_W09 K_W10	
	2	EP2	zna podstawowe aspekty dotycz ce problematyki ochrony własności przemysłowej			K_W09 K_W10	
umiej tno ci	1	EP3	potrafi interpretowa przepisy prawa własności intelektualnej w zastosowaniach praktycznych			K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP4	jest gotów do stałego uzupełniania wiedzy prawniczej			K_K05	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: ochrona własności intelektualnej							
Forma zaj : wiczenia							
1. Podstawowe zasady prawa własności intelektualnej					1	1	0
2. Autorskie prawa majątkowe i osobiste					1	1	0
3. Dozwolony u ytek osobisty i publiczny utworów oraz plagiat					1	2	0
4. Ochrona praw autorskich i praw pokrewnych					1	2	0
5. Wybrane aspekty prawa własności przemysłowej					1	2	0
Metody kształcenia		prezentacja multimedialna, dyskusje, analiza aktów prawnych.					

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1,EP2,EP3,EP4
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Studenci są oceniani na podstawie wyników kolokwium pisemnego, obejmującego wiedzę z wykładu, aktów prawnych oraz zalecanej literatury.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu to ocena z wykładu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	ochrona własności intelektualnej		Ważona	
	1	ochrona własności intelektualnej [wyczenia]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Barta J., Markiewicz R. (2019): Prawo autorskie i prawa pokrewne, Wolters Kluwer, Warszawa				
	Gołań R. (2018): Prawo autorskie i prawa pokrewne, C.H. Beck, Warszawa				
	Nowikowska M., Rutkowska-Sowa M., Sieczyło-Chlabicz J., Zawadzka Z. (2018): Prawo własności intelektualnej, Wolters Kluwer, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	Ustawa z 30.06.2000 r. - Prawo własności przemysłowej :				
	Ustawa z 4.02.1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych :				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne		8		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		0		0	
Przygotowanie się do zajęć		0		0	
Studiowanie literatury		6		0	
Udział w konsultacjach		4		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		0		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		7		0	
Łączny nakład pracy studenta w godz.		25			
Liczba punktów ECTS		1			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Moduł: Psychologia sprzedaży [moduł]							
Nazwa przedmiotu: planowanie marketingowe (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_39S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalność:		
Status przedmiotu: fakultatywny				Język przedmiotu: semestr: 5 - j język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
3	5	wiczenia	15	0	ZO	4	
		wykład	15	0	E		
Razem			30			4	
Koordynator przedmiotu:		dr MAGDALENA KOWALSKA					
Prowadzący zajęcia:		dr MAGDALENA KOWALSKA					
Cele przedmiotu:		Celem zdobycie wiedzy z zakresu istoty koncepcji marketingu jako sposobu działania przedsiębiorstw na rynku. Zdobyć umiejętności w konstruowaniu koncepcji działań marketingowych dla konkretnej firmy oraz umiejętność pracy w grupie. Przygotowanie do działania w sposób kreatywny i przedsiębiorczy.					
Wymagania wstępne:		w zakresie wiedzy: student wymienia i definiuje podstawowe zagadnienia mikro i makro ekonomii, marketingu, podstaw zarządzania, rozróżnia poszczególne metody prowadzenia badań marketingowych, wymienia poszczególne funkcje realizowane w firmach. w zakresie umiejętności: student ocenia zmiany zachodzące na rynku, organizuje proces pozyskiwania informacji na temat konkretnej firmy lub produktu. w zakresie kompetencji: student potrafi pracować w zespole, posiada umiejętność komunikacji.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	zna i rozumie proces zarządzania marketingowego we współczesnych organizacjach		K_W01 K_W02 K_W07		
	2	EP2	wymienia i charakteryzuje elementy planu marketingowego		K_W01 K_W03 K_W07		
umiejętności	1	EP3	konstruuje plan marketingowy dla wybranej firmy lub produktu		K_U01 K_U02 K_U03		
kompetencje społeczne	1	EP4	jest gotowy do działań przedsiębiorczych w rozwiązywaniu problemów praktycznych		K_K01 K_K03		
TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘĆ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zajęć	
						w tym e-learning	
Przedmiot: planowanie marketingowe							
Forma zajęć: wykład							
1. Funkcje współczesnego marketingu					5	2	0
2. Konsekwencje przyjęcia koncepcji marketingowej w przedsiębiorstwie					5	2	0
3. Proces zarządzania marketingowego					5	2	0

4. Procedura opracowania planu marketingowego		5	2	0	
5. Analiza bieżącej sytuacji marketingowej, zasady formułowania celów marketingowych		5	2	0	
6. Narzędzia wspomagające proces określenia celów i strategii marketingowych		5	2	0	
7. Strategie marketingowe, program działań marketingowych, ustalenie budżetu działań i kontrola działań		5	3	0	
Forma zajęć : wiczenia					
1. Analiza przedsiębiorstwa		5	2	0	
2. Analiza otoczenia firmy		5	2	0	
3. Analiza SWOT		5	1	0	
4. Przygotowanie analiz portfelowych służących do wyboru strategii marketingowego działania		5	2	0	
5. Formułowanie misji i celów działalności		5	2	0	
6. Analiza STP		5	1	0	
7. Opracowanie marketingowych strategii działania firmy		5	2	0	
8. Opracowanie programu działań marketingowych oraz sposobów kontroli działań		5	2	0	
9. Przygotowanie streszczenia kierowniczego		5	1	0	
Metody kształcenia	wiczenia zaliczane są na podstawie przygotowanego przez studentów planu marketingowego dla wybranej firmy/produktu Wykład zaliczany jest na podstawie egzaminu pisemnego w formie testu z wykładów i zalecanej literatury				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2	
	PROJEKT			EP3,EP4	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP4	
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.					
Forma i warunki zaliczenia	wiczenia zaliczane są na podstawie przygotowanego przez studentów planu marketingowego dla wybranej firmy/produktu Wykład zaliczany jest na podstawie egzaminu pisemnego w formie testu z wykładów i zalecanej literatury Student otrzymuje ocenę dostateczną otrzyma co najmniej 70% punktów możliwych do zdobycia Student otrzymuje ocenę dobrą jeśli otrzyma co najmniej 80% punktów możliwych do zdobycia Student otrzymuje ocenę bardzo dobrą jeśli otrzyma co najmniej 90% punktów możliwych do zdobycia Zasady wyliczania oceny z przedmiotu Ocena z przedmiotu jest średnią arytmetyczną ocen z wiczeń i egzaminu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	5	planowanie marketingowe		Arytmetyczna	
	5	planowanie marketingowe [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	5	planowanie marketingowe [wykład]	egzamin		
Literatura podstawowa	Dziękowski M., Kozielski R. (2017): Jak szybko napisać profesjonalny plan marketingowy, Wydawnictwo Nieoczywiste				
	Frąckiewicz E., Karwowski J., Karwowski M., Rudawska E. (2004): Zarządzanie marketingowe, PWE				
	Mruk H. (2002): Strategie marketingowe, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej				
Literatura uzupełniająca					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
			Liczba godzin		
			W tym e-learning		

Zajęcia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	4	0
Przygotowanie się do zajęć	10	0
Studiowanie literatury	15	0
Udział w konsultacjach	11	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	15	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Nazwa przedmiotu: podstawy bada marketingowych (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_18S			
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 			
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	wiczenia	15	0	ZO	5	
		laboratorium	15	0	ZO		
		wykład	15	0	E		
Razem			45			5	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. AUGUSTYNA BURLITA					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. AUGUSTYNA BURLITA					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami dotycz cymi organizacji procesu bada marketingowych, ich zakresu i metod oraz zdobycie umiej tno ci w zakresie organizacji i przeprowadzenia bada w praktyce.					
Wymagania wst pne:		Student posiada podstawow wiedz z zakresu ekonomii, marketingu, zarz dzania i statystyki, potrafi współpracowa w grupie, ma wpojone nawyki ksztalcenia ustawicznego i jest odpowiedzialny za powierzone zadania.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	Student zna i charakteryzuje poszczególne etapy prowadzenia bada marketingowych, rodzaje bada oraz techniki i metody gromadzenia informacji marketingowych.		K_W01 K_W03 K_W04		
umiej tno ci	1	EP2	Student potrafi zorganizowa i przeprowadzi badania marketingowe oraz dobra odpowiednie dla rozwi zywania okre lonego problemu metody i techniki bada .		K_U03 K_U04 K_U05 K_U08		
	2	EP4	Student potrafi analizowa wyniki bada i wyprowadza z nich wnioski.		K_U01 K_U05		
kompetencje społeczne	1	EP3	Student jest gotów doskonali nabyt wiedz i umiej tno ci, jest gotów do wykazywania aktywno ci i zaangażowania w realizacji zada		K_K02 K_K03 K_K06		
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: podstawy bada marketingowych							
Forma zaj : wykład							
1. Rola informacji w działaniach marketingowych organizacji, Badania marketingowe jako ró dło informacji, funkcje bada marketingowych, przedmiot i zakres bada marketingowych.					3	2	0
2. Organizacja bada marketingowych, proces bada , formułowanie celu bada , badania wtórne i pierwotne, badania pełne i niepełne, badania ilo ciowe i jako ciowe, badania panelowe i trackingowe, badania omnibus.					3	2	0
3. Metody doboru próby do bada , ustalanie wielko ci próby, bł d szacunku w badaniach.					3	2	0
4. Ankieta jako technika gromadzenia informacji: zasady budowy ankiety, rodzaje ankiet, ich wady i zalety					3	2	0

5. Wywiad jako technika bada marketingowych.		3	2	0	
6. Obserwacja jako technika bada marketingowych. Eksperyment jako technika bada marketingowych.		3	2	0	
7. Testy jako technika bada marketingowych.		3	2	0	
8. Sporządzanie raportu z bada . Etyczne aspekty prowadzenia bada marketingowych.		3	1	0	
Forma zaj : wiczenia					
1. wiczenia w grupach: formułowanie celu bada i projektowanie bada .		3	2	0	
2. Ustalanie wielko ci próby do bada .		3	2	0	
3. Skalowanie odpowiedzi w ankietach na wybranych przykładach, rodzaje skal. zasady formułowania pyta w ankiecie na przykładach.		3	4	0	
4. Budowanie kwestionariusza wywiadu - praca w grupach.		3	2	0	
5. Projektowanie obserwacji.		3	2	0	
6. Sposoby i zasady prezentacji wyników bada (forma opisowa, tabelaryczna i graficzna).		3	2	0	
7. Kodeks post powania w badaniach marketingowych na wybranych przykładach.		3	1	0	
Forma zaj : laboratorium					
1. Opracowanie koncepcji bada marketingowych na okre lony temat: sformułowanie celu bada , problemów badawczych, wskazanie ródeł informacji wtórnych i pierwotnych, wybór technik i metod badawczych.		3	4	0	
2. Realizacja projektu badawczego: gromadzenie i analiza informacji wtórnych, dobór próby do bada , opracowanie kwestionariusza ankiety/wywiadu.		3	4	0	
3. Realizacja projektu badawczego: prowadzenie bada pierwotnych.		3	4	0	
4. Realizacja projektu badawczego.: prezentacja wyników bada , formułowanie wniosków z bada i rekomendacji co do działa marketingowych.		3	3	0	
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, Rozwi zywanie zada . Praca w grupach. Realizacja projektu badawczego.				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP3	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP4	
	PROJEKT			EP2,EP3,EP4	
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.					
Forma i warunki zaliczenia	<p>Egzamin: Student otrzymuje ocen dostateczn , gdy poprawnie odpowie przynajmniej na 3 z 4 pyta na egzaminie. Student otrzymuje ocen dobr , gdy prawidłowo odpowie na wszystkie pytania. Student otrzymuje ocen bardzo dobr , gdy podczas odpowiedzi na pytania egzaminacyjne wyka e si wiedz wykraczaj c poza zakres wiedzy przekazywanej na wykładach, a wynikaj c z samodzielnego studiowania zalecanej literatury. Zaliczenie wicze : Student otrzymuje ocen dostateczn z zaliczenia wicze , gdy poprawnie rozwi e przynajmniej 2 z 3 zada . Student otrzymuje ocen dobr z zaliczenia wicze , gdy prawidłowo rozwi e wszystkie zadania. Student otrzymuje ocen bardzo dobr z zaliczenia wicze , gdy dodatkowo wyci gnie prawidłowe wnioski z zada . Zaliczenie laboratorium: Student otrzymuje ocen dostateczn , je eli poprawnie dobierze odpowiednie dla danego problemu techniki i metody gromadzenia informacji. Student otrzymuje ocen dobr je eli prawidłowo zrealizuje wszystkie etapy projektu. Student otrzymuje ocen bardzo dobr je eli dodatkowo sformułuje wnioski z przeprowadzonych bada .</p>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocen ko cow z przedmiotu jest rednia ocen uzyskanych z zaliczenia wicze , laboratorium oraz wykładu.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	podstawy bada marketingowych		Arytmetyczna	
	3	podstawy bada marketingowych [wiczenia]	zaliczenie z ocen		

3	podstawy bada marketingowych [wykład]	egzamin		
3	podstawy bada marketingowych [laboratorium]	zaliczenie z ocen		

Literatura podstawowa	B. Glinka, W. Czakon (2021): Podstawy bada jako ciowych, PWE, Warszawa
	K. Mazurek-Łopaci ska (2016): Badania marketingowe. Metody, techniki i obszary aplikacji na wspóczesnym rynku., PWN, Warszawa
	R.J. Kaden (2008): Badania marketingowe, PWE, Warszawa
Literatura uzupełniaj ca	N.K. Malhotra (2019): Marketing Research: An Applied Orientation, Global Edition, Pearson Education Limited, New York
	G.A. Churchill (2002): Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne, PWN, Warszawa
	S. Kaczmarczyk (2007): Zastosowanie bada marketingowych. Zarz dzanie amrketingowe i otoczenie przedsi biorstwa, PWE, Warszawa

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zaj cia dydaktyczne	45	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	4	0
Przygotowanie si do zaj	10	0
Studiowanie literatury	15	0
Udział w konsultacjach	20	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	16	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	125	
Liczba punktów ECTS	5	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Nazwa przedmiotu: podstawy ekonomii (PODSTAWOWE)				Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3432_1S			
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 			
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	wiczenia	15	0	ZO	4	
		wykład	15	0	E		
Razem			30			4	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. DANUTA MIŁASZEWICZ					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. DANUTA MIŁASZEWICZ					
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami i modelami ekonomii, wytłumaczenie kluczowych procesów i relacji zachodz cych w gospodarce mi dzy jej uczestnikami oraz wyja nienie ich wpływu na decyzje ekonomiczne.					
Wymagania wst pne:		w zakresie wiedzy: ogólna znajomo zjawisk ekonomicznych w gospodarce w zakresie umiej tno ci: zdolno postrzegania przyczynowo-skutkowego w zakresie kompetencji: nawyk uczenia si i zdobywania bie cych informacji ekonomicznych					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	Student posiada wiedz o podmiotowej strukturze gospodarki, jej istotnych elementach, podstawowych kategoriach i procesach ekonomicznych.		K_W01		
	2	EP2	Student zna podstawowe zale no ci funkcjonalne pomi dzy podmiotami gospodaruj cymi oraz rynkami i rz dz ce nimi prawidłowo ci.		K_W11		
umiej tno ci	1	EP3	Student posiada umiej tno analizowania zjawisk i problemów wyst puj cych w gospodarce.		K_U05		
	2	EP4	Student potrafi uzupełnia , uszczegóławia i doskonali zdobyt wiedz ekonomiczn (miko- i makroekonomiczn).		K_U09		
kompetencje społeczne	1	EP5	Student ma wiadomo znaczenia ekonomicznego post powania (postrzegania zasad ekonomii) na płaszczy nie zawodowej.		K_K03		
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zaj		
						w tym e-learning	
Przedmiot: podstawy ekonomii							
Forma zaj : wykład							
1. Główne problemy ekonomiczne jako przedmiot bada ekonomii					1	2	0
2. Uczestnicy ycia gospodarczego i ich decyzje w gospodarce					1	2	0
3. Racjonalno jako podstawa działania; podstawy wyboru ekonomicznego					1	2	0
4. Rynek, konkurencja rynkowa; mechanizm działania rynku a regulacja rynku przez pa stwo					1	2	0

5. Równowaga a nierównowaga w gospodarce, wzrost gospodarczy a wahania koniunkturalne	1	3	0
6. Makro otoczenie biznesu i metody jego analizy	1	4	0
Forma zaj : wiczenia			
1. Przedmiot bada i metoda ekonomii; potrzeby ludzkie a zasoby gospodarcze, mikro- a makroekonomia. Model krzywej mo liwo ci produkcyjnych	1	2	0
2. Model obiegu dochodów w gospodarce a decyzje podmiotów	1	2	0
3. Popyt, poda , równowaga rynkowa i czynniki j determinuj ce. Rodzaje i struktury rynków	1	2	0
4. Pomiar aktywno ci w gospodarce a dobrobyt społeczny	1	3	0
5. Rynek pracy i niestabilno cen w gospodarce a problem ich zale no ci	1	2	0
6. Rola bud ety publicznego i banku centralnego w gospodarce i ich oddziaływanie na decyzje biznesowe	1	2	0
7. Ocena makroekonomicznego otoczenia biznesu w Polsce	1	2	0

Metody kształcenia	Wykład oraz wiczenia z elementami dyskusji i omówieniem studiów przypadków.		
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusu
	EGZAMIN PISEMNY		EP1,EP2,EP4
	KOŁOKWIUM		EP1,EP2,EP4
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)		EP3,EP5
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.			

Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem uzyskania zaliczenia z przedmiotu jest otrzymanie pozytywnych ocen ze wszystkich form weryfikacji efektów kształcenia (zaliczenia wicze i egzaminu).		
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu		
	Ocena z przedmiotu jest wyliczana jako rednia (50%) z zaliczenia i (50%) z egzaminu.		

Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	podstawy ekonomii		Arytmetyczna	
	1	podstawy ekonomii [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	1	podstawy ekonomii [wykład]	egzamin		

Literatura podstawowa	R. Milewski, E. Kwiatkowski (2018): Podstawy ekonomii, PWN, Warszawa		
	T. Grabia, M. Nyk (2019): Ekonomia. Zadania i wiczenia z elementami ekonomii mened erskiej, Uniwersytetu Łódzkiego, Łód		

Literatura uzupełniają ca	D. Miłaszewicz (red.) (2011): Podstawy makroekonomii,, volumina.pl Daniel Krzanowski, Szczecin		
	J. Beksiak (2014): Ekonomia. Kurs podstawowy,, C. H. Beck, Warszawa		

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zaj cia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	4	0
Przygotowanie si do zaj	15	0
Studiowanie literatury	15	0
Udział w konsultacjach	11	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	25	0

Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	100
Liczba punktów ECTS	4

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Nazwa przedmiotu: podstawy finansów (PODSTAWOWE)				Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3432_6S			
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 			
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	wiczenia	15	0	ZO	3	
		wykład	15	0	ZO		
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. SŁAWOMIR FRANEK					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. SŁAWOMIR FRANEK					
Cele przedmiotu:		Pozyskanie wiedzy, umiej tno ci i kompetencji społecznych przydatnych w procesie podejmowania decyzji odnosz cych si do wykorzystywania instrumentów finansowych					
Wymagania wst pne:		znajomo podstaw funkcjonowania gospodarki					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	zna i rozumie zasady funkcjonowania współczesnego sytemu finansowego		K_W02		
	2	EP2	zna i rozumie ograniczenia finansowe podmiotów sfery publicznej i prywatnej		K_W10		
umiej tno ci	1	EP3	potrafi identyfikowa i interpretowa przyczyny i konsekwencje zjawisk finansowych zachodz cych we współczesnych społecze stwach		K_U01		
	2	EP4	potrafi pozyskiwa dane finansowe z ró nych ródeł oraz je interpretowa		K_U05		
kompetencje społeczne	1	EP5	jest gotów do my lenia kategoriami decyzji finansowych uwzgl dniaj cych kryteria rentowno ci, ryzyka i plynno ci		K_K03		
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr		
					Liczba godzin zaj		
					w tym e-learning		
Przedmiot: podstawy finansów							
Forma zaj : wykład							
1. Rola finansów we współczesnym społecze stwie. Zjawiska finansowe i ich przebieg. Finansista na rynku pracy.					2	2	0
2. Pieni dz jako tworzywo finansów. Instrumenty finansowe i ich rentowno , plynno i ryzyko					2	2	0
3. System finansowy i jego funkcje. Bariery informacyjne w systemie finansowym (asymetria informacji, negatywna selekcja, pokusa nadu ycia)					2	2	0
4. Instytucje finansowe i ich cechy charakterystyczne					2	3	0
5. Ceny aktywów finansowych - stopy procentowe, kursy walutowe. Notowania giełdowe					2	2	0
6. Bank centralny i jego instrumenty					2	2	0

7. Bud et pa stwa i powi zania mi dzy podsektorami finansów publicznych		2	2	0	
Forma zaj : wiczenia					
1. ródła informacji finansowych. Analiza tekstu finansowego		2	2	0	
2. Analiza poda y pieni dza. Analiza zjawisk inflacyjnych		2	2	0	
3. Podatki i ich cechy sta e i zmienne. Postawy podatników wobec opodatkowania.		2	2	0	
4. Inwestor na rynku finansowym. Analiza kwotowa instrumentów finansowych. Komunikaty spółek giełdowych		2	4	0	
5. Analiza decyzji współczesnych banków centralnych		2	2	0	
6. Bud et pa stwa i bud ety jednostek samorz du terytorialnego - analiza tre ci dokumentów		2	3	0	
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna po ł czona z komentowaniem aktualnych zdarze w wicie finansów, Analiza danych finansowych oraz raportów i sprawozda				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP5	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP3,EP4,EP5	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie wykładu na podstawie testu wyboru oraz kilku pyta otwartych				
	Zaliczenie wicze na podstawie kolokwium w formie testowej uwzgl dniaj cego zadania do rozwi zania				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Podstaw otrzymania oceny pozytywnej jest uzyskanie co najmniej 50% punktów na zaliczeniu wykładu oraz wicze . Ocena ko cowa jest redni arytmetyczn z zaliczenia wicze i wykładu. Mo e zosta podwy szona o jeden stopie w przypadku aktywno ci podczas zaj .					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	podstawy finansów		Arytmetyczna	
	2	podstawy finansów [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	2	podstawy finansów [wykład]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	B. Pietrzak, Z. Pola ski, B. Wo niak (red.) (2022): System finansowy w Polsce, PWN, Warszawa				
Literatura uzupe lniaj ca	Owsiak (2022): Finanse publiczne. Współczesne uj cie, PWN, Warszawa				
	S. Franek, M. B dzieszak (Red.) (2014): Zarz dzenie finansami publicznymi. Planowanie wieloletnie, efektywno zada publicznych, benchmarking, Difin, Warszawa				
	Strony internetowe NBP, GPW, banków i innych instytucji finansowych :				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne		30	0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2	0		
Przygotowanie si do zaj		12	0		
Studiowanie literatury		15	0		
Udział w konsultacjach		7	0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		0	0		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia		9	0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		75			
Liczba punktów ECTS		3			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Nazwa przedmiotu: podstawy komunikacji (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3434_43S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	konwersatorium	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr LESZEK GRACZ					
Prowadz cy zaj cia:		dr LESZEK GRACZ					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest poznanie, rozumienie i umiej tno charakteryzacji zasad, narz dzi, mechanizmów i typów komunikacji, w efekcie czego student potrafi opisywa , wyja nia i interpretowa procesy komunikowania si oraz jest gotów do uznania znaczenia wiedzy z zakresu komunikacji oraz zasi gania opinii ekspertów w przypadku trudno ci z samodzielnym rozwi zaniem problemu komunikacyjnego.					
Wymagania wst pne:							
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna, rozumie i charakteryzuje zasady, narz dzia, mechanizmy i typy komunikacji			K_W05	
umiej tno ci	1	EP2	potrafi opisywa , wyja nia i interpretowa procesy komunikowania si			K_U01	
kompetencje społeczne	1	EP3	jest gotów do uznania znaczenia wiedzy z zakresu komunikacji oraz zasi gania opinii ekspertów w przypadku trudno ci z samodzielnym rozwi zaniem problemu komunikacyjnego			K_K02	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: podstawy komunikacji							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Istota i modele komunikacji					1	2	0
2. Komunikacja masowa, grupowa i indywidualna					1	2	0
3. Komunikacja interpersonalna					1	2	0
4. Komunikacja werbalna					1	2	0
5. Komunikacja niewerbalna					1	2	0
6. Komunikacja mi dzykulturowa					1	2	0
7. Komunikacja w nowych mediach					1	3	0
Metody kształcenia		Wykład konwersatoryjny, dyskusja problemowa, analiza przypadków.					

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	SPRAWDZIAN					EP1,EP2	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)					EP3	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.						
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem uzyskania zaliczenia jest aktywne uczestnictwo w dyskusjach na zajęciach oraz ustny sprawdzian z zakresu materiałów omawianych na zajęciach i wskazanych w literaturze obowiązkowej do przedmiotu.						
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu						
Ocena z przedmiotu jest oceną zaliczenia sprawdzianu ustnego.							
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot			Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	podstawy komunikacji				Ważona	
	1	podstawy komunikacji [konwersatorium]			zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Morreale, Sherwyn P. (2015): Komunikacja między ludźmi: motywacja, wiedza, umiejętności, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa						
	Wiktor, Jan W. (2013): Komunikacja marketingowa: modele, struktury, formy przekazu, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa						
Literatura uzupełniająca	Grażyna Rosa, Izabela Ostrowska, Kamila Słupicka, Leszek Gracz (2018): Komunikacja międzykulturowa w biznesie, edu-libri, Kraków						
	red. L. Gracz, K. Słupicka (2018): Negocjacje i komunikacja: wybrane aspekty, edu-libri, Kraków						

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	15	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	2	0
Studiowanie literatury	13	0
Udział w konsultacjach	8	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	10	0
Łączny nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: podstawy marketingu (PODSTAWOWE)				Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_7S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	2	wiczenia	15	0	ZO	3
		wykład	15	0	ZO	
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		dr MAGDALENA KOWALSKA				
Prowadz cy zaj cia:		dr MAGDALENA KOWALSKA				
Cele przedmiotu:		Celem zdobycie wiedzy z zakresie istoty koncepcji marketingu jako sposobu dzialania przedsi biorstw na rynku. Zdobycie umiej tno ci w konstruowaniu koncepcji dziala marketingowych dla konkretnej firmy oraz umiej tno pracy w grupie. Przygotowanie do dzialania w sposob kreatywny i przedsi biorczy.				
Wymagania wst pne:		w zakresie kompetencji: student potrafi pracowa i podejmowa dyskusj we wskazanym obszarze w zakresie umiej tno ci: potrafi i analizuje zasady mechanizmu rynkowego w zakresie wiedzy: student definiuje podstawowe poj cia ekonomiczne				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna i rozumie istot dzialania firmy zarz dzanej marketingowo		K_W01 K_W02	
	2	EP2	wymienia i opisuje instrumenty marketingowego oddziaływania na rynek		K_W01 K_W02	
umiej tno ci	1	EP3	konstruuje koncepcj dziala marketingowych dla konkretnej firmy		K_U03	
	2	EP4	analizuje przykłady dziala marketingowych w praktyce rynkowej		K_U02	
	3	EP5	potrafi pracowa w grupie		K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP6	jest gotów do dzialania w sposob przedsi biorczy i kreatywny		K_K01 K_K06	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning	
Przedmiot: podstawy marketingu						
Forma zaj : wykład						
1. Istota marketingu. Rozwój my li marketingowej				2	2	0
2. Otoczenie rynkowe przedsi biorstwa				2	2	0
3. Proces wyboru rynku docelowego				2	2	0
4. Opracowanie koncepcji produktu				2	2	0
5. Strategie cenowe				2	2	0

6. Proces dystrybucji	2	2	0
7. Przygotowanie programu działań promocyjnych	2	3	0
Forma zajęć : wiczenia			
1. Specyfika przedsiębiorstw zorientowanych marketingowo	2	2	0
2. Analiza otoczenia marketingowego przedsiębiorstwa	2	2	0
3. Przeprowadzenie procesu wyboru rynku docelowego	2	2	0
4. Opracowanie koncepcji produktu, cyklu życia dla wybranego produktu	2	2	0
5. Wyznaczenie ceny oraz opracowanie sposobów różnicowania ceny	2	2	0
6. Analiza systemów dystrybucji przedsiębiorstwa	2	2	0
7. Przygotowanie programu działań promocyjnych	2	3	0

Metody kształcenia	prezentacja multimedialna, dyskusja, studia przypadków, praca w grupach		
--------------------	---	--	--

Metody weryfikacji efektów uczenia się		Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM	EP1,EP2,EP3,EP4
	SPRAWDZIAN	EP1,EP2
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI)	EP5,EP6

Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.

Forma i warunki zaliczenia	Wykład zaliczony zostaje na podstawie sprawdzianu pisemnego, pisanego przez studentów na ostatnim wykładzie obejmującego zagadnienia omawiane podczas wykładów. wiczenia zaliczone zostają na podstawie oceny zadań realizowanych podczas wiczeń oraz kolokwium pisemnego. Student otrzymuje ocenę dostateczną, otrzymuje co najmniej 70% punktów możliwych do zdobycia Student otrzymuje ocenę dobrą, jeśli otrzyma co najmniej 80% punktów możliwych do zdobycia Student otrzymuje ocenę bardzo dobrą, jeśli otrzyma co najmniej 90% punktów możliwych do zdobycia
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu
	Ocena z przedmiotu stanowi średnią arytmetyczną oceny z wiczeń i wykładów

Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obliczenia oceny	Waga do średniej
	2	podstawy marketingu		Arytmetyczna	
	2	podstawy marketingu [wykład]	zaliczenie z ocen		
	2	podstawy marketingu [wiczenia]	zaliczenie z ocen		

Literatura podstawowa	Ph. Kotler (2005): Marketing, Rebis, Poznań
	red. Garbarski L. (2011): Marketing. Koncepcja skutecznych działań, PWE, Warszawa

Literatura uzupełniająca	red. Kowalska M., Szwałik A. (2020): Rewolucja 4.0. Nowe technologie w marketingu, PWE, Warszawa
--------------------------	--

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	8	0
Studiowanie literatury	10	0
Udział w konsultacjach	11	0

Przygotowanie projektu / eseju / itp.	6	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	8	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

SYLABUS (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: podstawy psychologii (PODSTAWOWE)				Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3436_2S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : _____		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wiczenia	30	0	ZO	6
		wykład	30	0	E	
Razem			60			6
Koordynator przedmiotu:		ks. prof. dr hab. ZDZISŁAW KROPLEWSKI				
Prowadz cy zaj cia:		ks. prof. dr hab. ZDZISŁAW KROPLEWSKI , mgr MARIA LIGOCKA				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami z zakresu psychologii oraz nabycie umiej tno ci powi zania wiedzy psychologicznej z ró nymi dziedzinami ycia i nauki, przedstawienie głównych obszarów zainteresowania psychologii oraz jej zasadniczych zastosowa , zapoznanie z najwa niejszymi sposobami my lenia o psychice ludzkiej, jej normie i patologii.				
Wymagania wst pne:		Otwarto na zdobywanie wiedzy z zakresu nauk psychologicznych, zainteresowanie funkcjonowaniem człowieka i mechanizmami jego funkcjonowania.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	01-student zna terminologi stosowan w psychologii i jej subdyscyplinach		K_W01 K_W03 K_W06	
	2	EP2	02-student ma uporz dkowan wiedz na temat subdyscyplin i specjalno ci psychologii		K_W08 K_W09	
umiej tno ci	1	EP3	03-student potrafi wyra a własne pogl dy i w tpliwo ci, korzystaj c z dorobku autorów reprezentuj cych ró ne podej cia teoretyczne		K_U01 K_U03 K_U04	
	2	EP4	04-student potrafi pracowa w grupie, podejmuj c wła ciwe role sprzyjaj ce realizacji wspólnych celów		K_U01 K_U03 K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP5	05-student docenia znaczenie wiedzy psychologicznej dla prawidłowego funkcjonowania jednostki, pragnie poszerza swe wiadomo ci		K_K01 K_K02 K_K06	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning	
Przedmiot: podstawy psychologii						
Forma zaj : wykład						
1. Psychologia jako nauka				1	2	0
2. Procesy percepcji				1	3	0
3. Proces uczenia si				1	4	0
4. Pami				1	4	0

5. Czynno my lenia	1	4	0		
6. Procesy emocjonalne	1	3	0		
7. Proces motywacyjny	1	3	0		
8. Stres i frustracja	1	4	0		
9. Ró nice indywidualne	1	3	0		
Forma zaj : wiczenia					
1. Co to jest psychologia i sk d si wzi ła? Podstawy historyczne, główne kierunki, zastosowania praktyczne. Sk d wiadomo to, co wiadomo? Badania i poznanie w psychologii – sposób przeprowadzania, wnioskowanie, problemy etyczne.	1	5	0		
2. Czy zmysły dostarczają nam wszystkich informacji? O wra eniach, ich odbiorze, selekcji i rozpoznawaniu. Czym jest to, co czujemy? O reakcjach, emocjach i nastrojach.	1	5	0		
3. Co to znaczy „rozwija si ”? – czyli o tym, co nigdy si nie ko czy. Pod jakimi wzgl dami ludzie si ró ni ? – czyli co i po co mo na zmierzy .	1	5	0		
4. Jak inni ludzie wpływają na nasze zachowania? Co przewa a – osobowo czy sytuacja? Manipulacja i obrona przed ni .	1	5	0		
5. wiadome – przed wiadome – nie wiadome, czyli o podej ciu psychoanalitycznym. Bodziec – reakcja, kara / nagroda, czyli o podej ciu behawiorystycznym. Przemy le – zrozumie – zdecydowa , czyli o podej ciu poznawczym. Realizowa swój potencjał, czyli o podej ciu humanistycznym.	1	5	0		
6. Co to znaczy „norma”? Czy s w ogóle ludzie „normalni”? Kiedy i jak mo na pomaga „nienormalnym”?	1	5	0		
Metody kształcenia	Wykład problemowy, Dyskusja dydaktyczna zwi zana z wykładem, Wykład informacyjny, wiczenia: prezentacja multimedialna, analiza literatury, dyskusja, burza mózgów				
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusa		
	EGZAMIN USTNY		EP1,EP2,EP3		
	KOLOKWIUM		EP1,EP2,EP3,EP4,EP5		
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA		EP1,EP2,EP3,EP4,EP5		
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.					
Forma i warunki zaliczenia	<p>Pozytywna ocena z egzaminu ustnego oraz wicze . Zdanie kolokwium i przygotowanie pracy pisemnej/eeseju/ recenzji. Ocena z pracy pisemnej jest uzale niona od poprawno ci merytorycznej, terminu oddania pracy oraz samodzielno ci wnioskowania i argumentowania.</p> <p>Egzamin ustny składaj cy si z 2 pyta otwartych. Ka de pytanie jest punktowane w skali od 0 do 5 punktów.</p> <p>Kryteria oceny: 90% maksymalnej liczby punktów- bardzo dobry 80% maksymalnej liczby punktów- dobry plus 70% maksymalnej liczby punktów- dobry 60% maksymalnej liczby punktów- dostateczny plus 51% maksymalnej liczby punktów - dostateczny</p> <p>wiczenia: kolokwium składaj ce si z 20 pyta testowych jednokrotnego wyboru. Kryteria oceny: 90% poprawnych odpowiedzi - bardzo dobry 80% poprawnych odpowiedzi - dobry plus 70% poprawnych odpowiedzi - dobry 60% poprawnych odpowiedzi - dostateczny plus 51% poprawnych odpowiedzi - dostateczny</p>				
Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
Ocena ko cowa składa si z 70% egzamin ustny, 30% wiczenia					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	podstawy psychologii		Ważona	
	1	podstawy psychologii [wykład]	egzamin		0,30
	1	podstawy psychologii [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,70

Literatura podstawowa	A. Augustynek (2018): Wprowadzenie do psychologii, Difin, Warszawa
	C. Ciccarelli, J. N. White (2019): Psychologia, Rebis, Warszawa
	J. Strelau (red.) (2000): Psychologia. Podręcznik akademicki, GWP, Gdańsk
	Łukaszewski W. (2003): Wielkie pytania psychologii. , GWP, Gdańsk
	Mietzel G. (1998): Wprowadzenie do psychologii., GWP, Gdańsk
	Rathus S. A. (2004): Psychologia współczesna, GWP, Gdańsk
	T. Tomaszewski (1995): Psychologia ogólna, PWN, Warszawa
Literatura uzupełniająca	H. i M. Eysenck (2000): Podpatrywanie umysłu. Dlaczego ludzie się zachowują tak jak się zachowują , GWP, Gdańsk
	Hock R. R. (red.) (2003): 40 prac badawczych, które zmieniły oblicze psychologii. , GWP , Gdańsk
	Kozielecki J. (2001): Koncepcje psychologiczne człowieka. , Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa
	McBurney D. H. (2002): Myślenie jak psycholog., GWP, Gdańsk
	Myers D. G. (2003): Psychologia., Wydawnictwo Zysk i Spółka, Poznań
	P. G. Zimbardo, R. I. Johnson, V. McCann (2010): Psychologia. Kluczowe koncepcje, PWN, Warszawa
	Tavris C., Wade C. (1999): Psychologia. Podejście oraz koncepcje., Wydawnictwo Zysk i Spółka, Poznań
	Zimbardo P. G. (2001): Psychologia i życie. , Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	60	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	4	0
Przygotowanie się do zajęć	20	0
Studiowanie literatury	15	0
Udział w konsultacjach	20	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	16	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	150	
Liczba punktów ECTS	6	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: podstawy socjologii (PODSTAWOWE)				Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3437_5S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wiczenia	15	0	ZO	3
		wykład	15	0	ZO	
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		dr KALINA KUKIEŁKO				
Prowadz cy zaj cia:		dr KALINA KUKIEŁKO				
Cele przedmiotu:		Wprowadzenie studentów w podstawowe zagadnienia zwi zane z naukami socjologicznymi. Studenci uzyskaj wiedz na temat rzeczywisto ci społecznej oraz umiej tno ci analizy procesów społecznych.				
Wymagania wst pne:		Brak wymaga .				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student zna wybrane teorie socjologiczne opisuj ce ycie społeczne.		K_W01	
	2	EP2	Student charakteryzuje podstawowe kategorie i poj cia socjologiczne.		K_W01	
umiej tno ci	1	EP3	Student analizuje zjawiska społeczne i interpretuje je w szerszym kontek cie relacji społecznych.		K_U01 K_U05	
	2	EP4	Student klasyfikuje procesy i zjawiska społeczne.		K_U01 K_U02	
	3	EP5	Student ma podstawowe kompetencje umo liwiaj ce udział w dyskursie na temat zagadnie ycia społecznego.		K_U06	
kompetencje społeczne	1	EP6	Student jest gotów uzupełnia wiedz i doskonali umiej tno ci w zakresie relcji i kontaktów społecznych.		K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning	
Przedmiot: podstawy socjologii						
Forma zaj : wykład						
1. Socjologia. Wprowadzenie do problematyki				1	1	0
2. Współczesne teorie socjologiczne				1	4	0
3. Jednostka, grupa, społeczne stwo				1	2	0
4. Struktura społeczna				1	2	0
5. Socjalizacja i wychowanie				1	2	0

6. Integracja i dezintegracja społeczna		1	2	0
7. Instytucje społeczne		1	2	0
Forma zaj : wiczenia				
1. Rodzina - analiza przypadku, analiza tekstów		1	4	0
2. Władza - analiza przypadku, analiza tekstów		1	2	0
3. Wi społeczna - - analiza przypadku, analiza tekstów		1	2	0
4. Kapitał społeczny - analiza przypadku, analiza tekstów		1	3	0
5. Rola społeczna - analiza przypadku, analiza tekstów		1	4	0
Metody kształcenia	wykład problemowy, Metoda projektowa			
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP2,EP3,EP4,EP5,EP6
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.			
Forma i warunki zaliczenia	Ocena z wicze obejmuje realizację zadań podczas zajęć (60%) i aktywność (40%). Egzamin pisemny obejmujący wiedzę z wykładów i zalecanej literatury.			
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu			
	Ocenę końcową z przedmiotu jest średnia arytmetyczna ocen uzyskana z zaliczenia wicze oraz wykładów.			
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny
	1	podstawy socjologii		Arytmetyczna
	1	podstawy socjologii [wiczenia]	zaliczenie z ocen	
	1	podstawy socjologii [wykład]	zaliczenie z ocen	
Literatura podstawowa	Sztompka P.: Kucia M. (red.) (2005): Socjologia. Lektury, Znak, Kraków			
Literatura uzupełniająca	Jasińska-Kania A. i inni (red.) (2006): Współczesne teorie socjologiczne, SCHOLAR, Warszawa			
	Szacka B. (2003): Wprowadzenie do socjologii, Oficyna Naukowa, Warszawa			
NAKŁAD PRACY STUDENTA				
		Liczba godzin		
			W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne	30	0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0		
Przygotowanie się do zajęć	10	0		
Studiowanie literatury	8	0		
Udział w konsultacjach	10	0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	15	0		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	75			
Liczba punktów ECTS	3			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: podstawy zarz dzania (PODSTAWOWE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_4S	
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :	
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wiczenia	30	0	ZO	4
		wykład	15	0	E	
Razem			45			4
Koordynator przedmiotu:		dr ALEKSANDRA RUDAWSKA				
Prowadz cy zaj cia:		dr ALEKSANDRA RUDAWSKA				
Cele przedmiotu:		Przedmiot obejmuje zagadnienia dotycz ce funkcjonowania organizacji i zarz dzania nimi w odniesieniu do praktyki gospodarczej. Zagadnienia omawiane s w odniesieniu do klasycznych funkcji zarz dzania, tj. planowania, organizowania, przewodzenia oraz kontrolowania. Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawow terminologi i teoriami zarz dzania. Ponadto rozwini cie umiej tno ci studentów w zakresie stosowania podstawowych narz dzi zarz dzania oraz w zakresie analizy sytuacji organizacji, identyfikacji problemów i umiej tno ci dyskusji. Szczególna uwaga studentów b dzie skierowana na wpływ działa podejmowanych przez osoby zarz dzaj ce na zachowania pracowników w organizacjach.				
Wymagania wst pne:		Student rozumie konieczno ustawicznego kształcenia, posiada umiej tno samodzielnego zgł biania wiedzy oraz operuje podstawowymi kategoriami ekonomicznymi i społecznymi w j zyku polskim.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Definiuje podstawowe poj cia, teorie i modele zwi zane z procesem zarz dzania i funkcjonowaniem organizacji		K_W01 K_W08	
	2	EP2	Wyja nia procesy i mechanizmy zwi zane z zarz dzaniem organizacjami i opisuje ich uwarunkowania.		K_W01 K_W02	
umiej tno ci	1	EP3	Opisuje elementy organizacji, otoczenia, struktury organizacyjnej, stanowiska organizacyjnego i kontroli.		K_U01	
	2	EP4	Potrafi rozwi zywa problemy zarz dzania i formułowa wnioski w oparciu o studia przypadków działaj c w grupie.		K_U02 K_U06 K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP5	Jest gotów do krytycznej oceny tre ci z zakresu zarz dzania.		K_K01	
	2	EP6	Jest gotów do przestrzegania zasad etyki współpracuj c w grupie oraz proponuj c rozwi zania problemów w ramach studiów przypadków.		K_K06	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: podstawy zarz dzania						
Forma zaj : wykład						
1. Tradycyjne i współczesne wyzwania zarz dzania					1	2
					0	

2. Zarządzanie i zadania menedżera		1	2	0	
3. Proces planowania i istota strategii		1	2	0	
4. Podstawowe elementy organizowania i projektowania struktury organizacyjnej		1	2	0	
5. Motywowanie i oddziaływanie na pracowników		1	3	0	
6. Proces kontrolowania		1	2	0	
7. Zarządzanie zmian		1	2	0	
Forma zajęć : wiczenia					
1. Istota tworzenia i funkcjonowania organizacji		1	2	0	
2. Komponenty organizacji - środowisko wewnętrzne		1	2	0	
3. Rola i komponenty otoczenia organizacji		1	2	0	
4. Zarządzanie jako podejmowanie decyzji i rozwiązywanie problemów		1	2	0	
5. Grupowe podejmowanie decyzji		1	2	0	
6. Planowanie i definiowanie celów		1	4	0	
7. Projektowanie stanowiska organizacyjnego		1	2	0	
8. Struktury organizacyjne i wpływ na zachowania pracowników		1	2	0	
9. Różne oblicza motywowania pracowników		1	4	0	
10. Przywództwo w organizacji		1	2	0	
11. System kontroli		1	2	0	
12. Zmiana organizacyjna i opór na zmiany		1	4	0	
Metody kształcenia	wiczenia praktyczne w formie zadań, studiów przypadku, inscenizacji zespołowych oraz symulacji celem pogłębienia zrozumienia i dopasowania do praktycznych sytuacji omawianych zagadnień i modeli teoretycznych., Dyskusje w grupach i na forum - celem wypracowania wspólnego zrozumienia pojęć oraz rozwijania umiejętności wyrażania własnej opinii z szacunkiem do innych osób., Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej, quizów on-line oraz filmików				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2,EP3	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP4	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI)			EP3,EP4,EP5,EP6	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie części wiczeniowej na podstawie dwóch kolokwium (pytania otwarte i zamknięte) oraz raportów z zadań realizowanych podczas semestru w małych grupach. Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy uzyska 60% punktów. Egzamin jest w formie pisemnej z pytaniami mieszanymi (otwarte i zamknięte). Do egzaminu może podejść osoba, która zaliczyła część wiczeniową. Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy uzyska 60% punktów.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu jest średnią ocen z zaliczenia wiczeń i egzaminu, pod warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z każdej części.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	1	podstawy zarządzania		Waga	
	1	podstawy zarządzania [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,40
	1	podstawy zarządzania [wykład]	egzamin		0,60

Literatura podstawowa	A. Zakrzewska-Bielawska (red) (2020): PODSTAWY ZARZĄDZANIA TEORIA I WICZENIA, Wyd. Nieoczywiste, Warszawa
	A.K. Komiński, W. Piotrowski (red.) (2022): Zarządzanie. Teoria i praktyka, PWN, Warszawa
	R.W. Griffin (2022): Podstawy zarządzania organizacjami, PWN, Warszawa
Literatura uzupełniająca	B. Glinka, M. Kostera (red) (2016): Nowe kierunki w organizacji i zarządzaniu, Wolters Kluwer, Warszawa
	T.S. Bateman, S.A. Snell, R. Konopaske (2019): Management. Leading and collaborating in a competitive world, McGraw Hill, Nowy Jork

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	45	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	13	0
Studiowanie literatury	20	0
Udział w konsultacjach	5	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	15	0
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Moduł: Psychologia w zarz dzeniu personelem [moduł]						
Nazwa przedmiotu: projektowanie i prowadzenie szkole (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3438_41S	
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 	
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 5 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
3	5	wiczenia	15	0	ZO	3
		wykład	15	0	ZO	
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		dr EDYTA SIELICKA				
Prowadz cy zaj cia:		dr EDYTA SIELICKA				
Cele przedmiotu:		Przygotowanie studentów do samodzielnego projektowania i prowadzenia szkole dla okre lonych grup odbiorców				
Wymagania wst pne:		brak				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	zna i rozumie zasady diagnozowania potrzeb odbiorców poszczególnych form szkoleniowych			K_W04 K_W05 K_W08
	2	EP2	posiada zaawansowan wiedze na temat prowadzenia szkole dla pracowników, klientów, zna i rozumie mechanizmy organizacji szkole dostosowanych do potrzeb klientów			K_W05
	3	EP3	zna i rozumie modele konstruowania programów szkoleniowych oraz zna zasady ich doboru do grupy szkoleniowej			K_W07 K_W09 K_W10
umiej tno ci	1	EP4	potrafi analizowa i ocenia potrzeby grupy odbiorców prowadzonych szkole oraz w oparciu o analiz wyznacza cele szkole			K_U02 K_U03
	2	EP5	Potrafi współprowadzi szkolenia w zespole, dzieli si zadania oraz przeprojektowa formy działa			K_U08
	3	EP6	potrafi włą ciwie dobiera metody konstruowania programów szkole oraz dobiera formy warsztatowe adekwatnie do zało onych celów			K_U01 K_U03
kompetencje społeczne	1	EP7	jest gotów do prowadzenie szkole według reguł dobrych praktyk i w oparciu o zasady etyki zawodowej			K_K05 K_K06
	2	EP8	jest gotów do uznania znaczenia wiedzy w rozwi zywaniu problemów praktycznych oraz zasi gania opinii ekspertów w przypadku trudno ci z samodzielnym rozwi zaniem problemu			K_K02

TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI		Semestr		Liczba godzin zaj		
					w tym e-learning	
Przedmiot: projektowanie i prowadzenie szkole						
Forma zaj : wykład						
1. Diagnoza grupy szkoleniowej i jej znaczenie dla projektowania szkole		5	2	0		
2. Zasady projektowania szkole w oparciu o założone cele		5	2	0		
3. Modele konstruowania programów szkoleniowych		5	6	0		
4. Metody warsztatowe i ich dobór do potrzeb klientów		5	2	0		
5. E-learningowe formy szkole i ich wykorzystanie w pracy z klientem		5	3	0		
Forma zaj : wiczenia						
1. Przygotowanie i organizowanie form szkoleniowych - warsztaty symulacyjne		5	6	0		
2. Realizacja projektów własnych - pokazowe elementy szkole		5	9	0		
Metody kształcenia		Wykład: wykład dyskusyjny, wykład interaktywny wiczenia: projektowa praca grupowa, symulacje				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu		
		KOLOKWIUM		EP1,EP2,EP3,EP7,EP8		
		PROJEKT		EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8		
		Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia		Wykłady = test jednokrotnego wyboru 10 dobrych odpowiedzi: bdb 9 odpowiedzi: db plus 8 odpowiedzi: db 7 odpowiedzi: dst plus 6,5 odpowiedzi: dst poniżej 5 odpowiedzi: brak zaliczenia wiczenia prawidłowe zaplanowanie, przeprowadzenie i zewaluowanie projektu: bdb prawidłowe zaplanowanie, przeprowadzenie i zewaluowanie projektu z drobnymi błędami niemerytorycznymi: db plus zaplanowanie, przeprowadzenie i zewaluowanie projektu z błędami niemerytorycznymi: db zaplanowanie, przeprowadzenie i zewaluowanie projektu z drobnymi błędami merytorycznymi: dst plus zaplanowanie, przeprowadzenie i zewaluowanie projektu z błędami merytorycznymi: dst znaczące błędy w procesie planowania, prowadzenie i ewaluowania projektu: brak zaliczenia				
		Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
		Ocenki z przedmiotu jest średnia ocen uzyskanych z zaliczenia wicze oraz wykładów.				
Metoda obliczania oceny końcowej		Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
		5	projektowanie i prowadzenie szkole		Arytmetyczna	
		5	projektowanie i prowadzenie szkole [wykład]	zaliczenie z ocen		
		5	projektowanie i prowadzenie szkole [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa		Kozak A., Łaguna M., (2009): Metody prowadzenia szkole , czyli niezbdnik trenera, GWP				
		Rae L. (2006): Efektywne szkolenie techniki doskonalenia umiejętności trenerskich, Oficyna Ekonomiczna				
		Rae L. (2006): Planowanie i projektowanie szkole , Oficyna Ekonomiczna				
		Witkowski T., Jarmu S., (2004): Podręcznik trenera, Moderator				
Literatura uzupełniająca		Kozak A. (2014): Proces grupowy. Poradnik dla trenerów, nauczycieli i wykładowców. Wydanie II rozszerzone, Onepress				
		Walerjańczyk A. (2012): Trening trenera , Złote Myśli				

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	5	0
Studiowanie literatury	9	0
Udział w konsultacjach	11	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	8	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Moduł: Wykład ogólnouczelniany [moduł]						
Nazwa przedmiotu: przedmiot do wyboru (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3362_33S	
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 	
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	4	wykład	15	0	ZO	1
Razem			15			1
Koordynator przedmiotu:		dr in . MATEUSZ PIWOWARSKI				
Prowadz cy zaj cia:						
Cele przedmiotu:		Kształtowanie wiedzy oraz umiej tno ci z ró nych obszarów nauk, kreowanie potrzeby doksztalcania si przez całe ycie.				
Wymagania wst pne:		Brak				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	Student zna i rozumie terminologi z zakresu wybranego przedmiotu; rozumie interdyscyplinarny charakter nauki.			K_W01
umiej tno ci	1	EP2	Student potrafi planowa własne uczenie si przez całe ycie doskonal c umiej tno ci potrzebne do własnego rozwoju.			K_U09
kompetencje społeczne	1	EP3	Student jest gotów do ci głęego doskonalenia i rozwoju osobistego w ró nych obszarach nauki.			K_K01
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: przedmiot do wyboru						
Forma zaj : wykład						
1. Tematyka zakresu wybranego przedmiotu ogólnouczelnianego.					4	15
					0	
Metody kształcenia		wykład				
Metody weryfikacji efektów uczenia si						Nr efektu uczenia si z sylabusu
		KOLOKWIUM				EP1,EP2,EP3
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.						

Forma i warunki zaliczenia	Uzyskanie pozytywnej oceny z kolokwium.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu jest równa ocenie z zaliczenia wykładów.				
Metoda obliczania oceny korekcyjnej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	przedmiot do wyboru		Nieobliczana	
	4	przedmiot do wyboru [wykład]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Literatura z zakresu przedmiotu wybranego przez studenta w danym roku akademickim. :				
Literatura uzupełniająca					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0		0		
Przygotowanie się do zajęć	2		0		
Studiowanie literatury	2		0		
Udział w konsultacjach	4		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	2		0		
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	25				
Liczba punktów ECTS	1				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Moduł: Wykład ogólnouczelniany [moduł]						
Nazwa przedmiotu: przedmiot do wyboru (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3362_32S	
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 	
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	wykład	15	0	ZO	1
Razem			15			1
Koordynator przedmiotu:		dr in . MATEUSZ PIWOWARSKI				
Prowadz cy zaj cia:						
Cele przedmiotu:		Kształtowanie wiedzy oraz umiej tno ci z ró nych obszarów nauk, kreowanie potrzeby doksztalcania si przez całe ycie.				
Wymagania wst pne:		Brak				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	Student zna i rozumie terminologi z zakresu wybranego przedmiotu; rozumie interdyscyplinarny charakter nauki.			K_W01
umiej tno ci	1	EP2	Student potrafi planowa własne uczenie si przez całe ycie doskonal c umiej tno ci potrzebne do własnego rozwoju.			K_U09
kompetencje społeczne	1	EP3	Student jest gotów do ci głęego doskonalenia i rozwoju osobistego w ró nych obszarach nauki.			K_K01
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: przedmiot do wyboru						
Forma zaj : wykład						
1. Tematyka zakresu wybranego przedmiotu ogólnouczelnianego.					3	15
					0	
Metody kształcenia		wykład				
Metody weryfikacji efektów uczenia si						Nr efektu uczenia si z sylabusu
		KOLOKWIUM				EP1,EP2,EP3
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.						

Forma i warunki zaliczenia	Uzyskanie pozytywnej oceny z kolokwium.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu jest równa ocenie z zaliczenia wykładów.				
Metoda obliczania oceny korekcyjnej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	przedmiot do wyboru		Nieobliczana	
	3	przedmiot do wyboru [wykład]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Literatura z zakresu przedmiotu wybranego przez studenta w danym roku akademickim. :				
Literatura uzupełniająca					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0		0		
Przygotowanie się do zajęć	2		0		
Studiowanie literatury	2		0		
Udział w konsultacjach	4		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	2		0		
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	25				
Liczba punktów ECTS	1				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: przedsi biorczo (PODSTAWOWE)				Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_3S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wiczenia	15	0	ZO	3
		wykład	15	0	ZO	
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		dr BARBARA CZERNIACHOWICZ				
Prowadz cy zaj cia:		dr BARBARA CZERNIACHOWICZ				
Cele przedmiotu:		Celem jest zapoznanie studentów z nowoczesnym i zintegrowanym podej ciem do problemu przedsi biorczo ci indywidualnej, w tym akademickiej, a tak e organizacyjnej; u wiadomienie studentom roli przedsi biorczo ci w aktywizacji gospodarczej, w procesach zarz dzania czy podnoszeniu konkurencyjno ci gospodarki i społecze stwa. Zdobywanie umiej tno ci w realizacji projektów przedsi biorczych w ramach przedsi biorczo ci akademickiej oraz wykształcenie postaw przedsi biorczych.				
Wymagania wst pne:		gotowo do dyskusji, kreatywno umiej tno pracy w zespole ogólna wiedza społeczno-ekonomiczna				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	wie co to jest przedsi biorczo , zna przykłady przedsi biorczo ci akademickiej i jak zakłada działalno gospodarcza		K_W01 K_W02 K_W10 K_W11	
umiej tno ci	1	EP2	potrafi zaprojektowa plan działania przedsi biorczego z uwzgl dnieniem wpływu czynników otoczenia zewn trznego		K_U01 K_U02 K_U03 K_U05 K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP3	jest gotów do docenienia znaczenia przedsi biorczo ci w yciu społeczno-gospodarczym		K_K03 K_K04 K_K05	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning	
Przedmiot: przedsi biorczo						
Forma zaj : wykład						
1. Poj cie, typy i znaczenie przedsi biorczo ci oraz organizacji przedsi biorczych. Przedsi biorczo w teoriach ekonomii i zarz dzania.			1	2	0	
2. Charakterystyka przedsi biorcy. Cechy przedsi biorczej osoby i orientacje na przedsi biorczo . Przedsi biorczo jako postawa, zachowanie, proces. Rodzaje, typy i modele przedsi biorczo ci. Uwarunkowania rozwoju przedsi biorczo ci.			1	2	0	
3. Przedsi biorczo technologiczna i akademicka. Podstawowe poj cia, instrumenty oraz funkcjonowanie inkubatorów akademickich, parków technologicznych, tworzenie akademickiej infrastruktury technologicznej, intelektualnej. ródła finansowania oraz tworzenie organizacji spin-out i spin-off.			1	3	0	
4. Istota i rola przedsi biorczo ci intelektualnej oraz klasyfikacje przedsi biorców w praktyce gospodarczej.			1	2	0	

5. Przedsiębiorczość jako proces. Planowanie przedsiębiorstwa, organizowanie zasobów oraz określenie zasad wdrożenia planu.		1	2	0	
6. Polskie programy przedsiębiorczości. Znaczenie przedsiębiorczości w rozwoju lokalnym i regionalnym. Rola przedsiębiorczości w rozwoju młodych ludzi.		1	2	0	
7. Przedsiębiorczość międzynarodowa- przykłady z praktyki gospodarczej.		1	2	0	
Forma zajęć : wyczenia					
1. Istota i przejawy przedsiębiorczości w życiu społeczno-gospodarczym		1	2	0	
2. Plan przedsiębiorstwa w ramach przedsiębiorczości akademickiej		1	2	0	
3. Charakterystyka przedsiębiorcy i znaczenie przedsiębiorczości w życiu młodych ludzi		1	2	0	
4. Przedsiębiorczość jako proces planowania i zakładania działalności gospodarczej		1	2	0	
5. Zasoby i ich znaczenie w tworzeniu małego przedsiębiorstwa		1	2	0	
6. Wpływ otoczenia zewnętrznego na prowadzenie małego przedsiębiorstwa		1	2	0	
7. Realizacja projektów i prezentacje efektów projektów		1	3	0	
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, metoda przypadków, metody symulacyjne, praca indywidualna i w grupach				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
	PROJEKT			EP1,EP2,EP3	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Pozytywne zaliczenie kolokwium, aktywność w czasie zajęć oraz realizacja projektu - wdrożenie nowego przedsiębiorstwa związanego z przedsiębiorczością akademicką.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocенокowa jest średnia arytmetyczna ocen uzyskanych z zaliczenia ćwiczeń i wykładów.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	przedsiębiorczość		Arytmetyczna	
	1	przedsiębiorczość [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	1	przedsiębiorczość [wykład]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Beyer K., Czerniachowicz B., Leoński W., Koziół-Nadolna K., Szczepkowska M., Wieczorek-Szymańska A. (2019): Formy działania i modele biznesowe współczesnych organizacji, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin				
	Beyer K., Czerniachowicz B., Wieczorek-Szymańska A. (2020): Przedsiębiorczość i zarządzanie przedsiębiorstwem - wyzwania i dylematy, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin				
	Koziół-Nadolna K., Leoński W., Szczepkowska M. (2020): Przedsiębiorstwo we współczesnym otoczeniu - wyzwania i dylematy, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin				
Literatura uzupełniająca	Brzeziński A. (2017): Przedsiębiorczość. Teoria i praktyka, Politechnika Częstochowska, Częstochowa				
	Koziół-Nadolna K., Beyer K., Czerniachowicz B. (red.) (2018): Uwarunkowania rozwoju organizacji. Innowacyjność i przedsiębiorczość, Volumina, Szczecin				
	Lisowska R., Ropega J. (2018): Współczesna przedsiębiorczość a rozwój małych i średnich firm, Uniwersytet Łódzki, Łódź				
	Szpakowski M. (2019): Przedsiębiorczość. Zarządzanie przedsiębiorstwem od A do Z, Knowledge Innovation Center				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne		30		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		0		0	

Przygotowanie si do zaj	5	0
Studiowanie literatury	7	0
Udział w konsultacjach	13	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	10	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Moduł: Zachowania pracowników w zespole [moduł]						
Nazwa przedmiotu: psychologia emocji i motywacji (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3436_38S	
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 	
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 5 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
3	5	wiczenia	15	0	ZO	4
		wykład	15	0	E	
Razem			30			4
Koordynator przedmiotu:		dr CELINA TIMOSZYK-TOMCZAK				
Prowadz cy zaj cia:		mgr ADRIANNA BOBER , dr CELINA TIMOSZYK-TOMCZAK				
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami dotycz cymi psychologii emocji i motywacji, kształtowanie umiej tno ci posługiwania si terminologi odnosz c si do procesów emocjonalno - motywacyjnych oraz umiej tno ci analizowania tego typu zjawisk.				
Wymagania wst pne:		Wiedza, umiej tno ci i kompetencje z zakresu psychologii ogólnej i poznawczej.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	student ma wiedz w zakresie teorii emocji i motywacji			K_W05
	2	EP2	zna i rozumie mechanizmy procesów emocjonalno - motywacyjnych			K_W07
	3	EP3	posiada wiedz z zakresu charakterystyki procesów emocjonalno-motywacyjnych			K_W07
umiej tno ci	1	EP4	student potrafi definiowa i ró nicowa zjawiska emocjonalne			K_U01
	2	EP5	ma umiej tno opisu i diagnozy procesów emocjonalno - motywacyjnych człowieka			K_U02
	3	EP6	potrafi dokona analizy uwarunkowa i przebiegu zjawisk emocjonalno - motywacyjnych			K_U07
kompetencje społeczne	1	EP7	ma wiadomo wa no ci i zrozumienie zjawisk emocjonalno - motywacyjnych			K_K01
	2	EP8	wykazuje gotowo do samodzielnego analizowania zachowa człowieka pod k tem motywacji i emocji			K_K02
	3	EP9	jest gotów tolerowa ró norodno perspektywy afektywno-motywacyjnej			K_K02
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: psychologia emocji i motywacji						
Forma zaj : wykład						
1. Wprowadzenie do psychologii emocji					5	3
						0

2. Wybrane koncepcje emocji		5	3	0	
3. Emocje negatywne i pozytywne, inteligencja emocjonalna		5	3	0	
4. Motywacja w ró nych perspektywach interpretacyjnych		5	3	0	
5. Motywacja w przebiegu zachowania		5	3	0	
Forma zaj : wiczenia					
1. Zagadnienia wprowadzaj ce do emocji		5	3	0	
2. Ekspresja emocjonalna, emocje podstawowe		5	3	0	
3. Regulacja emocji		5	2	0	
4. Proces motywacyjny oraz wybrane mechanizmy le ce u podstaw motywacji:		5	3	0	
5. Motywacja do osi gni , motywacja wewn trzna		5	2	0	
6. Cele i plany jako mechanizm motywacyjny		5	2	0	
Metody kształcenia	analiza przypadków, Praca w grupach, sytuacje eksperymentalne, prezentacja multimedialna, dyskusja				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9	
	PROJEKT			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9	
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.					
Forma i warunki zaliczenia	pozytywne zaliczenie wicze w tym kolokwium oraz projektu grupowego, zdanie egzaminu				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	rednia ocen uzyskanych z wicze oraz egzaminu z wykładów				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	5	psychologia emocji i motywacji		Arytmetyczna	
	5	psychologia emocji i motywacji [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	5	psychologia emocji i motywacji [wykład]	egzamin		
Literatura podstawowa	Doli ski D. i Błaszczak W. (2011): Dynamika emocji. Teoria i praktyka, WN PWN, Warszawa				
	Ekman, P., Davidson, R.J. (2017): Natura emocji. Podstawowe zagadnienia, GWP, Gda sk				
	Franken, R.E. (2005): Psychologia motywacji, GWP, Gda sk				
	Keltner, D., Oatley, K., Jenkins, J.M. (2021): Zrozumie emocje. Nowe wydanie. , WN PWN , Warszawa				
	Strelau, J., Doli ski, D. (2008): Psychologia. Podr cznik Akademicki, GWP, Gda sk				
	Zimbardo, P.G., Johnson, R.L., McCann, V. (2013): Psychologia. Kluczowe koncepcje. T.2 Motywacja i uczenie si , WP PWN, Warszawa				
Literatura uzupe lniaj ca	Ekman, P. (2012): Kłamstwo i jego wykrywanie w biznesie, polityce i ma ł e stwie, WN PWN, Warszawa				
	Kola czyk, A., Wojciszke, B. (2010): Motywacje umysłu, Smak Słowa, Sopot				

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	4	0
Przygotowanie się do zajęć	10	0
Studiowanie literatury	15	0
Udział w konsultacjach	13	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	13	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	15	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Moduł: Zachowania konsumenckie [moduł]						
Nazwa przedmiotu: psychologia konsumenta (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_35S	
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 	
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 5 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
3	5	wiczenia	15	0	ZO	4
		wykład	15	0	E	
Razem			30			4
Koordynator przedmiotu:		dr hab. KATARZYNA WŁODARCZYK				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. KATARZYNA WŁODARCZYK				
Cele przedmiotu:		Przekazanie wiedzy z zakresu zachowa konsumentów i czynników je kształtuj cych, ze szczególnym uwzgl dnieniem czynników psychologicznych oraz podstawowych prawidłowo ci w post powaniu konsumentów i ich procesie decyzyjnym. Kształtowanie postawy osoby zdolnej do pracy w grupie i indywidualnie oraz wiadomej konieczno ci ci głego rozwoju i poszukiwania wiedzy.				
Wymagania wst pne:		Znajomo podstawowych poj z zakresu psychologii, socjologii i marketingu.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	zna i rozumie terminologi u ywan w psychologii oraz jej zastosowanie w dyscyplinach pokrewnych na poziomie rozszerzonym			K_W01 K_W02
	2	EP2	zna i rozumie ró dła i miejsce psychologii w systemie nauk oraz jej metodologiczne powi zania z innymi dyscyplinami nauk			K_W01
	3	EP3	zna i rozumie wi zi psychologiczne i społeczne oraz rz dz ce nimi prawidłowo ci			K_W06
umiej tno ci	1	EP4	potrafi sprawnie posługiwa si wybranymi uj ciami teoretycznymi w celu analizowania podejmowanych działań praktycznych			K_U01 K_U02
	2	EP5	potrafi generowa oryginalne rozwi zania zało onych problemów psychologicznych i prognozowa przebieg ich rozwi zania oraz przewidywa skutki planowanych działań w okre lonych obszarach praktycznych			K_U03 K_U04 K_U05
	3	EP6	potrafi prezentowa własne pomysły, w tpliwo ci i sugestie oraz potrafi popiera je argumentacj w kontek cie perspektyw teoretycznych			K_U05 K_U06
kompetencje społeczne	1	EP7	jest gotów do pogł biania swojego rozwoju osobistego i zawodowego			K_K01 K_K02
	2	EP8	jest gotów do ponoszenia odpowiedzialno ci za własne przygotowanie do pracy, podejmowane decyzje i prowadzone działania			K_K05
	3	EP9	jest gotów do komunikowania si i współpracy z otoczeniem			K_K04 K_K05

TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI		Semestr	Liczba godzin zaj		
				w tym e-learning	
Przedmiot: psychologia konsumenta					
Forma zaj : wykład					
1. Mi dzy ekonomi , zarz dzaniem a psychologi . Wprowadzenie do psychologii konsumenta		5	2	0	
2. Racjonalno i nieracjonalno zachowa konsumenta		5	2	0	
3. Postrzeganie otoczenia i kształtowanie wiedzy konsumentów		5	2	0	
4. Procesy poznawcze w zachowaniach konsumentów		5	2	0	
5. Procesy emocjonalne w decyzjach konsumenckich		5	2	0	
6. Motywacja w zachowaniach konsumenckich		5	2	0	
7. Postawy w zachowaniach konsumenckich. Podsumowanie przedmiotu		5	3	0	
Forma zaj : wiczenia					
1. Główne wyznaczniki zachowa konsumentów (potrzeby, motywy)		5	2	0	
2. Determinanty zachowa konsumentów - ekonomiczne, społeczne, demograficzne i psychologiczne		5	2	0	
3. Decyzje konsumentów		5	2	0	
4. Proces podejmowania decyzji zakupowych		5	2	0	
5. Ryzyko podejmowania decyzji przez konsumenta		5	2	0	
6. Zachowania konsumentów na wybranych rynkach - prezentacje i dyskusja		5	5	0	
Metody kształcenia		prezentacja multimedialna, analiza przedstawionych przypadków, udział w dyskusji			
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9	
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	wiczenia student zalicza na podstawie artykułu naukowego. Student b dzie oceniony na podstawie samodzielnie przygotowanego artykułu naukowego na wybrany przez siebie temat z zakresu rynkowych zachowa konsumentów. Ocenie podlega warto merytoryczna artykułu, a tak e forma zaprezentowania głównych tez i wniosków z artykułu na forum grupy oraz prowadzenie dyskusji z grup . Wykłady student zalicza na podstawie egzaminu pisemnego. Egzamin pisemny b dzie obejmował tre ci z wykładów. Egzamin pisemny b dzie składał si z czterech pyta opisowych, w którym zostan poł czone zagadnienia teoretyczne i praktyczne.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu b dzie redni ocen, jakie otrzyma student z artykułu (zaliczenie wicze) i egzaminu pisemnego (zaliczenie wykładów).				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	5	psychologia konsumenta		Arytmetyczna	
	5	psychologia konsumenta [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	5	psychologia konsumenta [wykład]	egzamin		

Literatura podstawowa	Solomon M.R. (2016): Zachowania konsumentów, Helion, Gliwice
	Stasiuk K., Maison D. (2017): Psychologia konsumenta, PWN, Warszawa
	Wójcik P. (2017): Psychografia konsumentów, Słowa i my I, Warszawa
	Zalekiewicz T. (2015): Psychologia ekonomiczna, PWN, Warszawa
Literatura uzupełniająca	

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	20	0
Studiowanie literatury	18	0
Udział w konsultacjach	10	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	10	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KIPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: psychologia mi dzykulturowa (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3436_26S	
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 	
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	4	konwersatorium	15	0	ZO	2
Razem			15			2
Koordynator przedmiotu:		dr MARZENA PIŁAT				
Prowadz cy zaj cia:		dr MARZENA PIŁAT				
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów ze stanem wiedzy i bada z zakresu psychologii mi dzykulturowej. Nabycie umiej tno ci pracy w odmiennym, wielokulturowym rodowisku. Przygotowanie do radzenia sobie ze stresem akulturacyjnym w pracy z człowiekiem pochodz cym z innej kultury, do podejmowania wyzwa zawodowych na tym polu oraz uwra liwienie studenta na problemy osób odmiennych kulturowo.				
Wymagania wst pne:		Zainteresowanie problematyk psychologii oraz kultury.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	zna terminologi z zakresu psychologii mi dzykulturowej oraz nauk pokrewnych			K_W01 K_W06
	2	EP2	zna, rozumie i opisuje ró nice w zachowaniu i funkcjonowaniu ludzi z odmiennych kultur, charakteryzuje skuteczne sposoby rozpoznawania i rozwi zywania ich problemów			K_W10 K_W12
umiej tno ci	1	EP3	potrafi analizowa , interpretowa i dyskutowa nad zwi zkiem kultury z procesami psychicznymi człowieka, z jego zdrowiem oraz funkcjonowaniem w rodowisku społecznym - w tym zawodowym			K_U01 K_U02 K_U08
	2	EP4	potrafi zastosowa modele i prawa psychologii mi dzykulturowej do rozwi zywania ró norodnych problemów zwłaszcza w rodowisku pracy, potrafi trafnie opisa problem oraz znale jego rozwi zanie uwzgl dniaj c wpływ kultury na zachowanie człowieka			K_U03 K_U05 K_U06
kompetencje społeczne	1	EP5	jest gotowy do wykorzystania zdobytej wiedzy z psychologii mi dzykulturowej w praktyce, jak równie rozumie konieczno rozwijania si i pogł biania wiedzy i umiej tno ci w zakresie tej dziedziny psychologii			K_K01 K_K05
	2	EP6	jest gotowy do przedstawienia własnej argumentacji na poparcie własnego punktu widzenia podczas mediacji i komunikacji mi dzykulturowej, jest te krytyczny i wiadomy swojej odpowiedzialno ci za indywidualne i społeczne skutki aktywno ci podejmowanej na polu psychologii mi dzykulturowej			K_K02 K_K03

TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI		Semestr	Liczba godzin zaj		
				w tym e-learning	
Przedmiot: psychologia mi dzykulturowa					
Forma zaj : konwersatorium					
1. Psychologia mi dzykulturowa - wprowadzenie do najwa niejszych zagadnie .		4	2	0	
2. Pogranicze psyche i cultura. Modele Johna Berry'ego: ekokulturowy i akulturacyjny. Badania Geerta Hofstede. Harry Triandis - indywidualizm i kolektywizm. Model mi dzykulturowy GLOBE.		4	4	0	
3. To samo społeczna, kulturowa, religijna, stereotypy i skrypty kulturowe. Rodzina, praca, wychowanie, emocje, motywacje, warto ci, poczucie szcz cia i sensu ycia w ró nych kulturach.		4	3	0	
4. Komunikacja i kompetencje mi dzykulturowe, Edukacja mi dzykulturowa. Szkolenia, mediacje i treningi mi dzykulturowe.		4	6	0	
Metody kształcenia	Praca indywidualna i grupowa, burza mózgów, analiza przypadków, prezentacja multimedialna, wykład problemowy z dyskusj , analiza literatury, filmu, reporta u.				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	PREZENTACJA			EP1,EP2,EP3,EP6	
	PROJEKT			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP2,EP3,EP4,EP5,EP6	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Obecno i aktywno na zaj ciach, przygotowanie prezentacji z wybranego materiału wg własnego projektu. Oceniana b dzie oryginalno prezentowanej pracy, jej atrakcyjno dla grupy, merytoryczna poprawno przedstawianych tre ci oraz wyci gni tych wniosków				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena ko cowa składa si z dwóch elementów: wybranego, autorskiego projektu i sposobu jego prezentacji (60%) oraz aktywno ci na zaj ciach (40%).				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	psychologia mi dzykulturowa		Wa ona	
	4	psychologia mi dzykulturowa [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	David Mastumoto, Linda Juang (2007): Psychologia mi dzykulturowa , GWP, Gda sk				
	Edward T. Hall (1987): Bezgło ny j zyk, PIW, Warszawa				
	Geert Hofstede, Gert Jan Hofstede, Michael Mankiv (2011): Kultury i organizacje, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca	Anna Paszkowska-Rogacz (2006): Doradztwo zawodowe a wyzwania mi dzykulturowe, Krajowy O rodek Wspierania Edukacji Zawodowej i Ustawicznej, Warszawa				
	Anna Piwowarczyk (2020): Kompetencje komunikacji mi dzykulturowej : rozwój kompetencji przyszłych ekonomistów i mened erów, Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa				
	Joanna Augustyniak, Katarzyna Sikora (2014): Człowiek w wielokulturowym wiecie, Wydawnictwo Uczelniane Politechniki Koszali skiej, Koszalin				
	red. Jerzy Nikitorowicz, Andrzej Sadowski i Mirosław Sobecki (2013): Kompetencje do komunikacji mi dzykulturowej , Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białymstok				
	Sana Reynolds, Deborah Valentine (2009): Komunikacja mi dzykulturowa, Wolters Kluwer Polska, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne		15	0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu		1	0		
Przygotowanie si do zaj		2	0		

Studiowanie literatury	14	0
Udział w konsultacjach	8	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	8	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	2	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Nazwa przedmiotu: psychologia poznawcza (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3436_12S			
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 			
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	wiczenia	15	0	ZO	3	
		wykład	15	0	ZO		
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr EUNICE HEMPOLI SKA-NOWIK					
Prowadz cy zaj cia:		dr MAGDALENA KERESTEY , dr EUNICE HEMPOLI SKA-NOWIK					
Cele przedmiotu:		zaznajomienie studentów z przebiegiem procesów poznawczych spostrzegania, uwagi, pam ci, my lenia oraz sposobów reprezentowania wiedzy w umy le człowieka zaznajomienie studentów z przebiegiem procesów poznawczych spostrzegania, uwagi, pam ci, my lenia oraz sposobów reprezentowania wiedzy w umy le człowieka					
Wymagania wst pne:		wiedza ogólna z zakresu biologii i nauk społecznych wiedza ogólna z biologii i procesów społecznych					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	zna i rozumie mechanizmy poznawcze w obszarze spostrzegania, uwagi i reprezentacji wyobra eniowych		K_W01 K_W05		
umiej tno ci	1	EP2	potrafi rozumie i analizowa procesy poznawcze w obszarze spostrzegania, uwagi i reprezentacji wyobra eniowych		K_U01 K_U04		
kompetencje społeczne	1	EP3	jest gotów stosowa umiej tno ci i wiedz z zakresu procesów poznawczych w interakcjach społecznych		K_K02 K_K03		
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: psychologia poznawcza							
Forma zaj : wykład							
1. Psychologia poznawcza					2	0	0
2. Psychologia poznawcza					2	15	0
Forma zaj : wiczenia							
1. Psychologia poznawcza					2	15	0
2. Psychologia poznawcza					2	0	0
Metody kształcenia		wykład z elementami audiowizualnymi					

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	EGZAMIN PISEMNY				EP1,EP2,EP3
	KOLOKWIUM				EP1,EP2,EP3
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.					
Forma i warunki zaliczenia	studenci uzyskują zaliczenie na podstawie testu wyboru (do 25 pytań), ocenie: studenci uzyskują ocenę dostateczną po uzyskaniu 51% poprawnych odpowiedzi				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	ocena z przedmiotu ustalana jest jako średnia ważona z ćwiczeń (30%) oraz egzaminu (70%) zaokrąglona do najbliższej oceny zgodnie z regulaminem studiów, pod warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z każdej z części				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	2	psychologia poznawcza		Ważona	
	2	psychologia poznawcza [ćwiczenia]	zaliczenie z ocen		0,30
	2	psychologia poznawcza [wykład]	zaliczenie z ocen		0,70
Literatura podstawowa	Niska, E., Orzechowski, J., Szymura, B. (2020): Psychologia poznawcza, Academica, PWN, Gdańsk				
Literatura uzupełniająca	Doliński D., Strelau J. (2021): Psychologia akademicka, GWP, Gdańsk				
	Maruszewski, T. (2016): Psychologia poznania, GWP, Gdańsk				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	0		0		
Studiowanie literatury	20		0		
Udział w konsultacjach	8		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	15		0		
Łączny nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Moduł: Psychologia sprzedaży [moduł]						
Nazwa przedmiotu: psychologia relacji w sprzedaży (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_40S	
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalność:	
Status przedmiotu: fakultatywny				Język przedmiotu: semestr: 5 - j. język polski		
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
3	5	wiczenia	15	0	ZO	3
		wykład	15	0	ZO	
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		dr MALWINA SZCZEPKOWSKA				
Prowadzący zajęcia:		dr MALWINA SZCZEPKOWSKA				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy z zakresu związanej z pracą nad sobą jako sprzedawcy i pracą z klientem w procesie sprzedaży. Studenci nabywają umiejętności identyfikacji potrzeb, postaw, oczekiwań klienta oraz planowania, przeprowadzania i zamykania sprzedaży poprzez rozwój własnych zdolności. Przedmiot rozwija kompetencje w zakresie kompetencji psychologicznych i społecznych oraz umiejętności dyskusji i pracy w grupie.				
Wymagania wstępne:		Wiedzy: zna podstawowe pojęcia z zakresu przedsiębiorczości (w zakresie szkoły średniej). Umiejętności: umie pracować w grupie, umie dyskusji i argumentowania. Kompetencji (postaw): otwartość na wiedzę oraz argumentację uczestników zajęć.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	Ma rozszerzoną wiedzę o roli sprzedawcy, jego kompetencjach komunikacyjnych, negocjacyjnych i perswazyjnych w sprzedaży.			K_W04 K_W05
	2	EP2	Ma praktyczną wiedzę z zakresu technik sprzedaży i obsługi klienta.			K_W05 K_W10
	3	EP3	Ma pogłębioną wiedzę o normach i regułach w relacjach sprzedawca-klient i rzadzących nimi prawidłowościach oraz o ich źródłach i naturze.			K_W02 K_W04
umiejętności	1	EP4	Ma umiejętności przekonywania, argumentowania i kontrargumentowania wykorzystując poznane techniki i narzędzia sprzedaży.			K_U01 K_U03 K_U06
	2	EP5	Wykorzystuje zdobytą wiedzę z psychologii sprzedaży do proponowania rozwiązań i samodzielnego rozstrzygnięcia konkretnych problemów sprzedażowych			K_U02 K_U05
kompetencje społeczne	1	EP6	Wykazuje postawę kreatywności, innowacyjności i przedsiębiorczości w podejmowanej aktywności społeczno-gospodarczej			K_K03 K_K05
TRECI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE					Semestr	Liczba godzin zajęć
						w tym e-learning
Przedmiot: psychologia relacji w sprzedaży						
Forma zajęć: wykład						

1. Wprowadzenie do psychologia zachowa konsumenta		5	2	0	
2. Psychologia wywierania wpływu w procesie sprzeda y		5	2	0	
3. Wybrane zagadnienia współczesnej psychologii zwi zane ze sprzeda		5	2	0	
4. Inteligencja emocjonalna i kompetencje społeczne w procesie sprzeda y		5	2	0	
5. Radzenie sobie ze stresem i zarz dzanie energii		5	2	0	
6. Psychologia komunikacji i negocjacji z klientem - budowanie zaufania i relacji		5	5	0	
Forma zaj : wiczenia					
1. Psychologia wywierania wpływu w procesie sprzeda y		5	2	0	
2. Psychologia komunikacji i negocjacji z klientem - budowanie zaufania i relacji		5	4	0	
3. Psychologia podejmowania decyzji zakupowych przez klientów.		5	4	0	
4. Klienci z ro nych stron wiata - mi dzykulturowo a proces sprzeda y		5	2	0	
5. Motywacja i jej wpływ na skuteczno dziaania sprzedawców. Radzenie sobie ze stresem. Praca w kierunku bycia lepszym sprzedawc z zastosowaniem narz dzi coachingowych.		5	3	0	
Metody kształcenia	Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych, Praca w grupach, Analiza przypadków, Rozwi zywanie przypadków. Dyskusje. Prezentacje studentów.				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
	PREZENTACJA			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Ocena zaliczeniowa ustalana jest na podstawie ocen cz stkowych otrzymywanych w trakcie semestru za prac w trakcie zaj (wicze) i prezentacji. Warunkiem uzyskania zaliczenia jest otrzymanie pozytywnej ocen (uzyskanie 50% wszystkich punktów z poszczególnych działa). Ocena z wykładu na podstawie kolokwium pisemnego.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocen ko ców stanowi rednia arytmetyczna ocen uzyskanych z zaliczenia wicze oraz wykładów.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	5	psychologia relacji w sprzeda y		Arytmetyczna	
	5	psychologia relacji w sprzeda y [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	5	psychologia relacji w sprzeda y [wykład]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Fortuna P. (2018): SPRZEDA BEZ SPRZEDAWANIA Psychologia dobrego wpływu na klienta, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Ro nowski B., Fortuna P. (2020): PSYCHOLOGIA BIZNESU, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Wojciszke B. (2021): Psychologia społeczna, Scholar, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca	Fortuna P. (2018): SUBIEKTYWNA PSYCHOLOGIA BIZNESU, Gda skie Wydawnictwo Psychologiczne / GWP, Gda sk				
	Tracy B. (2014): Psychologia sprzeda y, MT Biznes, Warszawa				
	Zimbardo P. G. i inn. (2021): PSYCHOLOGIA I YCIE, PWN,, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne		30	0		

Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie si do zaj	10	0
Studiowanie literatury	8	0
Udział w konsultacjach	7	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	8	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	10	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: psychologia społeczna (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3436_11S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	2	wiczenia	15	0	ZO	3
		wykład	15	0	E	
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		dr hab. PIOTR PRÓCHNIAK				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. PIOTR PRÓCHNIAK , mgr AGNIESZKA MALINOWSKA				
Cele przedmiotu:		<p>Celem wykładu jest zapoznanie studenta z podstawow wiedz z dziedziny psychologii społecznej tak, aby mógł zrozumie mechanizmy funkcjonowania człowieka w społecze stwie i pozna podstawowe reguły rz dz ce procesami społecznymi.</p> <p>Celem wykładu jest tak e nabycie przez studenta wybranych umiej tno ci społecznych oraz postaw umo liwiają cych dojrzałe funkcjonowanie w społecze stwie</p>				
Wymagania wst pne:		Brak wymaga wst pnych.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student ma podstawow wiedz o relacjach społecznych i o rz dz cych nimi prawidłowo ciach. Posiada elementarn wiedz o ró nych rodzajach struktur społecznych oraz mechanizmach reguluj cych zachowania i postawy społeczne.		K_W01 K_W05 K_W06	
umiej tno ci	1	EP2	Student potrafi dokona obserwacji i interpretacji zjawisk społecznych; analizuje ich powi zania z ró nymi obszarami działalno ci człowieka.		K_U01 K_U04	
	2	EP4	Student potrafi dokona samooceny własnych kompetencji		K_U09	
kompetencje społeczne	1	EP3	Student ma wiadomo poziomu swojej wiedzy i umiej tno ci.		K_K01 K_K02	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning	
Przedmiot: psychologia społeczna						
Forma zaj : wykład						
1. Wprowadzenie do psychologii społecznej.				2	1	0
2. Zachowania prospołeczne i antyspołeczne.				2	1	0
3. Reguły wywierania wpływu na ludzi.				2	1	0
4. Stereotypy i uprzedzenia.				2	1	0
5. Procesy grupowe.				2	1	0

6. Postawy.	2	1	0		
7. Atrakcyjno interpersonalna.	2	1	0		
8. Psychologia Ja.	2	1	0		
9. Percepcja społeczna.	2	1	0		
10. Poznanie społeczne.	2	1	0		
11. Komunikacja interpersonalna.	2	1	0		
12. Autoprezentacja.	2	1	0		
13. Struktury grupowe.	2	1	0		
14. Konflikty grupowe.	2	1	0		
15. Determinanty szcz cia w kontek cie psychologia społecznej.	2	1	0		
Forma zaj : wiczenia					
1. Rola psychologii społecznej i metoda bada .	2	2	0		
2. Spostrzeganie społeczne i podstawy komunikacji werbalnej.	2	2	0		
3. Wnioskowanie o zachowaniach swoich i cudzych.	2	2	0		
4. Postawy a uprzedzenia, stereotypy i dyskryminacja.	2	2	0		
5. Konformizm.	2	2	0		
6. 6 reguł wywierania wpływu społecznego.	2	1	0		
7. Jednostka w grupie i społeczne stwie.	2	2	0		
8. Agresja i przemoc	2	2	0		
Metody kształcenia	Wykład b dzie prowadzony w formie interakcji ze studentami.				
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusu		
	EGZAMIN PISEMNY		EP1,EP2,EP3		
	KOLOKWIUM		EP2,EP3,EP4		
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie wicze w formie kolokwium pisemnego. Obecno na wykładach oraz pozytywna ocena z egzaminu w formie pisemnej. Wynik egzaminu: 0-50% - ocena niedostateczna 51-60% - ocena dostateczna 61-70% - ocena dostateczna plus 71-80% - ocena dobra 81-90% - ocena dobra plus 91-100% - -ocena bardzo dobra				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocen ko cow z przedmiotu jest rednia arytmetyczna ocen uzyskanych z zaliczenia wicze oraz egzaminu.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	psychologia społeczna		Arytmetyczna	
	2	psychologia społeczna [wykład]	egzamin		
	2	psychologia społeczna [wiczenia]	zaliczenie z ocen		

Literatura podstawowa	E. Aronson, T.D. Wilson, R.M. Akert, (2012): Psychologia społeczna, Wydawnictwo Zysk i S-ka , Wydawnictwo Zysk i S-ka , Pozna
	Eljot Aronson (2020): Człowiek - istota społeczna, PWN, Warszawa
	Wojciszke Bogdan (2021): Psychologia społeczna, Scholar, Warszawa
Literatura uzupełniająca	Bogdan Wojciszke (2021): Psychologia miłości, GWP, Gdańsk
	Robert Cialdini (2016): Wywieranie wpływu na ludzi, GWP, Gdańsk

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	2	0
Studiowanie literatury	15	0
Udział w konsultacjach	11	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	15	0
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Moduł: Psychologia w zarz dzeniu personelem [moduł]							
Nazwa przedmiotu: psychologia w rekrutacji (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_42S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 5 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
3	5	wiczenia	15	0	ZO	4	
		wykład	15	0	E		
Razem			30			4	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. WOJCIECH JARECKI					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. WOJCIECH JARECKI					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z procesem pozyskiwania pracowników. Student zapozna si z sposobami prowadzenia rekrutacji oraz technikami oceny i selekcji kandydatów na okre lone stanowisko pracy oraz znaczeniem wpływu zmian w otoczeniu organizacji na rekrutacj i selekcj . B dzie bardziej otwarty na współprac i komunikacj z innymi osobami.					
Wymagania wst pne:		W zakresie umiej tno ci: student potrafi analizowa zale no ci wyst puj ce mi dzy lud mi i na rynku pracy W zakresie kompetencji społecznych: student potrafi pracowa w grupie, krytycznie dyskutowa i analizowa W zakresie kompetencji społecznych: student potrafi pracowa w grupie, krytycznie dyskutowa i analizowa W zakresie wiedzy: student zna istot i podstawowe zagadnienia z rynku pracy, funkcjonowania organizacji, relacji mi dzy lud mi.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Posiada wiedz z zakresu pozyskiwania personelu, w tym rekrutacji i selekcji kandydatów oraz aspektów psychologicznych zwi zanych z pozyskiwaniem personelu (np. testów osobowo ci, kształtowania relacji mi dzy lud mi)			K_W08	
	2	EP2	Posiada wiedz dotycz c funkcjonowania organizacji w zmiennym otoczeniu			K_W01	
umiej tno ci	1	EP3	Posiada umiej tno ustalania profilu kompetencyjnego oraz przeprowadzania rekrutacji i selekcji			K_U05 K_U08	
	2	EP4	Potrafi nawi zywa kontakty personalne, budowa relacje interpersonalne			K_U06	
kompetencje społeczne	1	EP5	Jest gotów do przestrzegania etyki zawodowej w procesie rekrutacji pracowników.			K_K06	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: psychologia w rekrutacji							
Forma zaj : wykład							
1. Kapitał ludzki w organizacji. Psychologia a zarz dzenie lud mi					5	2	0
2. Otoczenie organizacji a pozyskiwanie personelu					5	2	0

3. Kompetencje - aspekty zarz dcz e i psychologiczne		5	2	0	
4. Planowanie zasobów ludzkich		5	1	0	
5. Profil kompetencyjny		5	1	0	
6. Rekrutacja personelu		5	2	0	
7. Narz dzia selekcji		5	3	0	
8. Bł dy podczas rekrutacji i selekcji		5	1	0	
9. Adaptacja pracowników		5	1	0	
Forma zaj : wiczenia					
1. Miejsce rekrutacji w zarz dzaniu zasobami ludzkimi i zarz dzaniu organizacj		5	1	0	
2. Planowanie zasobów ludzkich w organizacji		5	2	0	
3. Budowa profilu kompetencyjnego. Aspekty psychologiczne i organizacyjne		5	2	0	
4. Metody poszukiwania kandydatów - rekrutacja wewn trzna i zewn trzna		5	2	0	
5. Narz dzia selekcji: analiza dokumentów, wywiady - rodzaje, przebieg, tworzenie		5	4	0	
6. Narz dzia selekcji: testy psychologiczne, Assesment Center, pozostałe narz dzia		5	2	0	
7. Adaptacja pracowników		5	2	0	
Metody kształcenia	wykład, dyskusja, analiza dokumentów, preznetacje multimedialne				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2,EP3	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
	PROJEKT			EP3,EP4	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP3,EP4,EP5	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	wiczenia: na ocen z wicze wpływa ocena z pisemnego kolokwium, aktywno podczas zaj i jako projektu. Wiedza obejmuje zagadnienia omawiane na wykładach i wiczeniach. Egzamin: 4-5 pyta opisowych obejmuj cych wiedz z zakresu podstawowej literatury i wykładów. Student otrzymuje ocen dostateczn , gdy wyka e si znajomo ci podstawowej wiedzy z zakresu rekrutacji, selekcji, kompetencji, wpływu zmian otoczenia na rekrutacj i selekcj . Wy sze oceny uzyskuje si proporcjonalnie do zdobytych punktów za poszczególne pytania. Z kolokwium i egzaminu trzeba uzyska minimum 60% punktów.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena ko cowa z przedmiotu wyliczana jest jako rednia ocen uzyskanych z zaliczeni wicze oraz egzaminu.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	5	psychologia w rekrutacji		Arytmetyczna	
	5	psychologia w rekrutacji [wykład]	egzamin		
	5	psychologia w rekrutacji [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	M. Dale (2012): Skuteczna rekrutacja i selekcja pracowników, Oficyna Ekonomiczna, Warszawa				
	Pocztowski A. (2018): Zarz dzanie zasobami ludzkimi: strategie, procesy, metody , PWE, Warszawa				
	W. Jarecki (2012): Rekrutacja pracowników, Economicus, Szczecin				
	W. Jarecki, M. Kunasz (2019): Determinanty wykorzystania narz dzi e-rekrutacji w przedsi biorstwach z województwa zachodniopomorskiego, Przgl d Organizacji, 2019, nr 10, s. 39-45, Warszawa				

Literatura uzupełniająca	B. Ko usznik (red.) (2010): Zastosowania psychologii w zarz dzeniu, Wydawnictwo Uniwersytetu l skiego,, Katowice
	Z. Nowakowski, (2013): Kierowanie personelem ? uwarunkowania psychospołeczne i organizacyjne,, Nowoczesne Systemy Zarz dzania, nr 1/2013, s. 75-88, https://nsh.wat.edu.pl/pdf-129306-56359?filename=Kierowanie%20personelem%20_.pdf ,

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zaj cia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	4	0
Przygotowanie si do zaj	12	0
Studiowanie literatury	10	0
Udział w konsultacjach	20	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	14	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KIPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: public relations (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_21S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	wiczenia	15	0	ZO	3
		wykład	15	0	ZO	
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		dr AGNIESZKA SMALEC				
Prowadz cy zaj cia:		dr AGNIESZKA SMALEC				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest uzyskanie wiedzy i praktycznych umiej tno ci dotycz cych strategii i technik public relations maj cych wpływ na kreowanie pozytywnych relacji z otoczeniem, m.in. z mediami (np. wywiady, konferencje), pracownikami (PR wewn trzny); odpowiedniego doboru mediów i stworzenia planu kontaktu z nimi; zdobycie umiej tno ci pisania tekstów u ytkowych; umiej tno zachowa w sytuacjach kryzysowych. Zdobycie ich ułatwi studentom komunikacj z interesariuszami oraz zniweluje popełniane bł dy w komunikacji				
Wymagania wst pne:		podstawy marketingu i zarz dzania				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student zna zasady i style prowadzenia wyst pie publicznych.		K_W05 K_W08	
umiej tno ci	1	EP2	Student identyfikuje zachowania dziennikarzy i wyci ga wnioski, dostosowuj c swoj postaw		K_U01 K_U02	
	2	EP3	Student argumentuje racjonalnie w trakcie rozmów z mediami, np. w czasie wywiadów czy konferencji prasowej		K_U03 K_U06 K_U08	
	3	EP4	Student wybiera najlepszy sposób radzenia sobie w sytuacjach kryzysowych		K_U05 K_U06 K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP5	Student jest gotów do krytycznej oceny w procesie podejmowania decyzji w sytuacjach konfliktowych, troszcz c si o pozytywny wizerunek w oczach otoczenia		K_K01 K_K04 K_K06	
	2	EP6	Student jest gotów do kreatywnego my lenia w projektowaniu działa PR, b d c otwartym na argumenty innych osób.		K_K02 K_K03 K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning	
Przedmiot: public relations						
Forma zaj : wykład						
1. Istota i rodzaje wizerunku. Wizerunek a to samo . System Identyfikacji Wizualnej. Istota i stadia PR. Pomiar i badania PR				3	2	0
2. Wywiady w mediach, m.in. główne zasady ich udzielania, komunikacja werbalna i niewerbalna, wybrane techniki udzielania odpowiedzi				3	2	0

3. Sztuka występie publicznych, m.in. rodzaje, pomocne ćwiczenia. Struktura i sposoby prezentacji. Analiza sławnych przemówie		3	2	0	
4. Pisanie tekstów ? NOA, wampiry energetyczne, słowa mięci; pisanie tekstów w internecie		3	2	0	
5. Zarządzanie sytuacjami kryzysowymi . Redukcja stresu. Elementy etyki i prawa prasowego		3	2	0	
6. PR wewnętrzna ? komunikacja wewnętrzna		3	2	0	
7. Targi, wystawy w PR. Wydarzenia specjalne		3	2	0	
8. Sponsoring i lobbying a public relations		3	1	0	
Forma zajęć : wiczenia					
1. Organizacja konferencji prasowej i innych wydarzeń medialnych		3	3	0	
2. Zasady udzielania wywiadów dla mediów. Techniki odpowiedzi na trudne pytania dziennikarzy. wiczenia praktyczne.		3	4	0	
3. Typy pisemnych wypowiedzi w komunikacji. Zasady pisania tekstów w PR		3	3	0	
4. Istota i rodzaje występie publicznych. Style występie . Przygotowanie i przedstawienie prezentacji. Wygłaszanie przemówie . Cechy mówcy		3	3	0	
5. E-PR		3	2	0	
Metody kształcenia	prezentacja multimedialna, analiza występie i tekstów z dyskusją , praca w grupach i indywidualna, case study, wymiana poglądów/dyskusja moderowana				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP4	
	PROJEKT			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie z ocen z wicze : projekt i jego prezentacja oraz aktywność studenta podczas wicze w grupach i indywidualnie. Ocenę końcową z wicze jest ocena ustalona przez prowadzącego przedmiot wynikająca z oceny z projektu wraz z prezentacją oraz aktywności na zajęciach.				
	Zaliczenie wykładu odbywa się na podstawie kolokwium pisemnego z treści prezentowanych na wykładach oraz przedstawionej literaturze.				
	Ocenę końcową z przedmiotu jest średnia arytmetyczna ocen z zaliczenia wicze i egzaminu.				
Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
Ocenę końcową z przedmiotu jest średnia arytmetyczna ocen z zaliczenia wicze i egzaminu, pod warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z każdej z części.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	public relations		Arytmetyczna	
	3	public relations [wykład]	zaliczenie z ocen		
	3	public relations [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	D. Tworzydło (2017): Public relations praktycznie, Newline, Rzeszów				
	F.P. Seitel (2003): Public relations w praktyce,, Wyd. Felberg SJA, Warszawa				
	K. Wójcik (2015): Public relations : wiarygodny dialog z otoczeniem, Wolters Kluwer Polska, Warszawa				
	W. Budzyński (2017): PR: public relations : wizerunek, reputacja, to samo , Poltext, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	A. Waszkiewicz-Raviv (2021): Wizualny PR : siła obrazów w komunikacji organizacji, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego,, Warszawa				
	D. Tworzydło, Z. Chmielewski (red.) (2010): Badania i pomiar efektów w public relations,, Newline, Rzeszów				
	M. Kaczmarek- Ilińska (2015): Public relations w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji: sztuka komunikowania się , Difin, Warszawa				
	S. Kordasiewicz, T. Ołdak (red.) (2013): Występie publiczne : kontakty z mediami: spotkania: podręcznik dla osób reprezentujących instytucje i organizacje,, Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich, Warszawa				

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	1	0
Przygotowanie się do zajęć	8	0
Studiowanie literatury	10	0
Udział w konsultacjach	8	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	9	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	9	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Nazwa przedmiotu: relacje mi dzyludzkie w biznesie (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_44S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	konwersatorium	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr AGNIESZKA KWARCI SKA					
Prowadz cy zaj cia:		dr AGNIESZKA KWARCI SKA					
Cele przedmiotu:		W zakresie wiedzy - u wiadomienie znaczenia pozytywnych relacji mi dzyludzkich w biznesie. W zakresie umiej tno ci - identyfikacja negatywnych relacji mi dzyludzkich w biznesie oraz wskazanie sposobów zarz dzania nimi i zapobiegania ich wyst powania. W zakresie kompetencji - przekazanie wzorców post powania w relacjach mi dzyludzkich w biznesie.					
Wymagania wst pne:		Brak wymaga wst pnych.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	Zna rodzaje relacji mi dzyludzkich w biznesie		K_W02 K_W08		
	2	EP2	Zna patologie wyst puj ce w relacjach mi dzyludzkich w biznesie		K_W02 K_W08		
	3	EP3	Zna etyczne determinanty kształtowania relacji mi dzyludzkich w biznesie		K_W10		
umiej tno ci	1	EP4	Potrafi identyfikowa pozytywne i negatywne relacje mi dzyludzkie w biznesie		K_U01		
	2	EP5	Potrafi wskaza sposoby oddziaływania i zapobiegania patologiom w relacjach mi dzyludzkich w biznesie		K_U03		
	3	EP8	Potrafi pracowa w grupie oraz planowa jej prac , przyjmuj c w niej ró ne role.		K_U08		
kompetencje społeczne	1	EP6	Jest gotów do propagowania pozytywnych wzorców post powania w relacjach mi dzyludzkich w biznesie		K_K05		
	2	EP7	Jest gotów do uznania znaczenia zasad etycznych w kształtowaniu relacji mi dzyludzkich w biznesie		K_K06		
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: relacje mi dzyludzkie w biznesie							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Relacje mi dzyludzkie w biznesie - istota, znaczenie i rodzaje					1	2	0
2. Znaczenie komunikacji interpersonalnej dla relacji mi dzyludzkich w biznesie					1	2	0

3. Dysfunkcje i patologie w relacjach międzyludzkich w biznesie - identyfikacja i zapobieganie		1	2	0	
4. Gry psychologiczne w biznesie - znaczenie dla relacji międzyludzkich		1	2	0	
5. Zachowania nieetyczne w biznesie - zastosowanie działań profilaktycznych		1	2	0	
6. Zarządzanie negatywnymi relacjami w biznesie, rola menedżera		1	2	0	
7. Budowanie relacji międzyludzkich w biznesie opartych na zaufaniu		1	3	0	
Metody kształcenia	wykład, dyskusja, praca w grupach				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem uzyskania zaliczenia jest udział w pracy grupowej (50% oceny) oraz zaliczenie pisemnego kolokwium (50% oceny).				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena końcowa z zaliczenia konwersatorium jest oceną z przedmiotu.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	relacje międzyludzkie w biznesie		Ważona	
	1	relacje międzyludzkie w biznesie [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Kowalewski K., Moczyłowska J. M. (2020): Patologie i dysfunkcje w organizacji, Difin, Warszawa				
	Moczyłowska J.M., Korombel A., Bitkowska A. (2017): Relacje jako kapitał organizacji, Difin, Warszawa				
	Wi tek-Barylska I. (2016): Relacje w organizacji : podręcznik menedżera, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź				
Literatura uzupełniająca	B. Wall (2009): Doskonałe relacje zawodowe : czyli jak inteligencja emocjonalna pomaga odnieć sukces, Wydawnictwo Helion, Gliwice				
	Bugdol M. (2007): Gry i zachowania nieetyczne w organizacji, Difin, Warszawa				
	Bugdol M. (2010): Wymiary i problemy zarządzania organizacją opartą na zaufaniu, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków				
	Janowska Z. (2013): Dysfunkcje i patologie w sferze zarządzania zasobami ludzkimi. T. 5, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź				
	Kerpen D. (2017): Dobre relacje - klucz do sukcesu : jak współczesnie zjednywać sobie ludzi, Wydawnictwo Helion, Gliwice				
	Kmiotek K., Piecuch T. (2012): Zachowania organizacyjne : teoria i przykłady, Difin, Warszawa				
	Kuc B.R., Moczyłowska J. M. (2009): Zachowania organizacyjne. Podręcznik akademicki, Difin, Warszawa				
	Lewicka D. (2014): Zapobieganie patologiom w organizacji : rola funkcji personalnej, PWN, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne		15	0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2	0		
Przygotowanie się do zajęć		8	0		
Studiowanie literatury		10	0		
Udział w konsultacjach		10	0		

Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	5	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: seminarium dyplomowe (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3362_34S	
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :	
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski, semestr: 5 - j zyk polski, semestr: 6 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	4	seminarium	30	0	ZO	3
3	5	seminarium	30	0	ZO	3
	6	seminarium	30	0	ZO	6
Razem			90			12
Koordynator przedmiotu:		prof. dr hab. in . KESRA NERMEND				
Prowadz cy zaj cia:						
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z metodologi pisania prac licencjackich oraz przygotowanie do obrony pracy licencjackiej				
Wymagania wst pne:		Wiedza: student potrafi zdefiniowa podstawowe poj cia z zakresu psychologii, zarz dzania oraz socjologii. Umiej tno ci: student samodzielnie organizuje prac , dyskutuje na tematy z zakresu problematyki psychologii, zarz dzania oraz socjologii. Kompetencje społeczne: student wyra a własne opinie, pracuje samodzielnie.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	Student zna podstawowe poj cia z dziedziny metodologii pracy naukowej.			K_W01
	2	EP2	Student zna etyczne aspekty pisania pracy licencjackiej, ryzyko i konsekwencje popełnienia plagiatu.			K_W03 K_W04
umiej tno ci	1	EP3	Student potrafi sformułowa cel badawczy pracy naukowej, wybra odpowiednie narz dzia badawcze, opisa wyniki bada , dokona prawidłowej analizy wyników bada oraz sformułowa wnioski.			K_U01 K_U02 K_U03 K_U04
	2	EP4	Student potrafi podj dyskusje na nurtuj ce go pytania.			K_U06 K_U07
	3	EP5	Student potrafi korzysta z technik informacyjnych w celu pozyskiwania i przechowywania danych.			K_U05
	4	EP6	Student potrafi planowa i realizowa własne uczenie si w zakresie przygotowywanej pracy dyplomowej.			K_U09
	5	EP7	Student potrafi planowa oraz organizowa swoj prac w sposób systematyczny.			K_U08
kompetencje społeczne	1	EP8	Student jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych zachowuj c zasady etyki pracy.			K_K01 K_K05 K_K06
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: seminarium dyplomowe						

Forma zaj : seminarium						
1. Wymagania formalne stawiane licencjatom, wybór tematu pracy licencjackiej w oparciu o propozycje prowadz ce go oraz studentów. Ogólne zasady pisania prac licencjackich.		4	15	0		
2. Formułowanie przedmiotu, celu i zakresu pracy licencjackiej. Szczegółowa charakterystyka wybranych metod i technik badawczych. Dobór wła ciwego pi miennictwa dotycz ce go badanego problemu.		4	15	0		
3. Rodzaje przypisów, zasady cytowania pi miennictwa. Etyczne aspekty pisania pracy in ynierskiej, ryzyko i konsekwencje popełnienia plagiatu.		5	10	0		
4. Omówienie bada własnych studentów i ich analiza. Dyskusja, formułowanie i weryfikacja wniosków.		5	10	0		
5. Przyst pienie do formalnego pisania pracy licencjackiej. Kryteria oceny pracy licencjackiej, poprawno logiczna, j zykowa i stylistyczna.		5	10	0		
6. Przedstawienie zawarto ci wst pu i przeł du pi miennictwa oraz kolejnych rozdziałów teoretycznych.		6	10	0		
7. Prezentacja cało ci pracy licencjackiej. Kryteria oceny (recenzji) pracy licencjackiej.		6	10	0		
8. Przygotowanie do obrony problematyki poruszanej w pracy podczas egzaminu dyplomowego (licencjackiego).		6	10	0		
Metody kształcenia	Analiza tekstów z dyskusj , praca w grupach, prezentacja.					
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusa		
	PREZENTACJA			EP1,EP4,EP5,EP6		
	PRACA DYPLOMOWA			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7		
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8		
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.						
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem zaliczenia seminarium w semestrze 4 i 5 jest napisanie okre lonych rozdziałów pracy licencjackiej, warunkiem zaliczenia 6 semestru jest przygotowanie cało ci pracy licencjackiej.					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
Ocen ko cow z przedmiotu jest ocena z zaliczenia seminariów.						
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot		Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	seminarium dyplomowe			Nieobliczana	
	4	seminarium dyplomowe [seminarium]		zaliczenie z ocen		
	5	seminarium dyplomowe			Nieobliczana	
	5	seminarium dyplomowe [seminarium]		zaliczenie z ocen		
	6	seminarium dyplomowe			Nieobliczana	
6	seminarium dyplomowe [seminarium]		zaliczenie z ocen			
Literatura podstawowa	Zenderowski R. (2020): Praca magisterska. Licencjat. Przewodnik po metodologii pisania i obrony pracy dyplomowej, CeDeWu, Warszawa					
Literatura uzupełniaj ca	Urban S., Łado ski W. (2010): Jak napisa dobr prac magistersk , Akademii Ekonomicznej im. Oskara Literatura uzupełniaj ca Langego we Wrocławiu, Wrocław					
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
		Liczba godzin				
		W tym e-learning				
Zaj cia dydaktyczne	90		0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	5		0			
Przygotowanie si do zaj	45		0			
Studiowanie literatury	40		0			
Udział w konsultacjach	40		0			

Przygotowanie projektu / eseju / itp.	50	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	30	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	300	
Liczba punktów ECTS	12	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: szkolenie BHP (INNE DO ZALICZENIA)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3434_1S	
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 	
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wykład	5	5	Z	0
Razem			5			0
Koordynator przedmiotu:		mgr APOLONIUSZ KURYLCZYK				
Prowadz cy zaj cia:		mgr APOLONIUSZ KURYLCZYK				
Cele przedmiotu:		Nabycie wiedzy i umiej tno ci z zakresu bezpiecze stwa i higieny pracy, ochrony przeciwpo arowej, udzielania pierwszej pomocy w stanach nagłych oraz praw i obowi zków studenta uczelni wy szej.				
Wymagania wst pne:		Brak wymaga				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	Zna i rozumie prawne, organizacyjne i etyczne uwarunkowania wykonywania działalno ci zawodowej podczas kształcenia w uczelni wy szej			
umiej tno ci	1	EP2	Potrafi identyfikowa bł dy i zaniedbania w praktyce.			
	2	EP3	Potrafi prowadzi podstawowe zabiegi resuscytacyjne, rozpoznawa zagro enia i podejmowa wła ciwe działania.			
kompetencje społeczne	1	EP4	Realizuje zadania w sposób zapewniaj cy bezpiecze stwo własne i otoczenia, w tym przestrzega zasady bezpiecze stwa.			
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: szkolenie BHP						
Forma zaj : wykład						
1. Regulacje prawne: - uregulowania prawne dotycz ce bezpiecze stwa pracy i ochrony zdrowia w prawodawstwie polskim i Unii Europejskiej , - obowi zki uczelni, przeło onych w zakresie zapewnienia bezpiecznych i higienicznych warunków pracy i nauki, czynniki ergonomiczne w kształtowaniu warunków pracy, w tym normy higieniczne dla stałych pomieszcze pracy.					1	1
2. Czynniki niebezpieczne fizyczne, biologiczne i chemiczne na zaj ciach laboratoryjnych, pracowniach i w czasie zaj terenowych, unikanie zagro e ze szczególnym uwzgl dnieniem rodków ochrony zbiorowej i indywidualnej - post powanie powypadkowe (uregulowania prawne, ubezpieczenia wypadkowe).					1	2
3. Udzielanie pierwszej pomocy przedmedycznej w sytuacji wypadkowej, apteczki pierwszej pomocy.					1	1
4. Podstawy prawne w zakresie ochrony p.po . systemy wykrywania po arów. substancje palne i wybuchowe, zapobieganie zagro eniom po arowym , post powanie w czasie po aru i innych miejscowych zagro eniach, podr czny sprz t ga niczy, ewakuacja.					1	1
Metody kształcenia		Kurs e-learningowy				

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	SPRAWDZIAN				EP1,EP2,EP3,EP4
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie pisemne.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Zaliczenie kursu e-learningowego z zakresu BHP - uzyskanie min 60% poprawnych odpowiedzi z testu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	szkolenie BHP		Nieobliczana	
	1	szkolenie BHP [wykład]	zaliczenie		
Literatura podstawowa	M. Goniewicz (2022): Pierwsza pomoc. Podręcznik dla studentów, PZWL Wydawnictwo Lekarskie, Warszawa				
	Zarządzenie Rektora US w sprawie organizowania szkoleń w zakresie BHP dla studentów i doktorantów US, Szczecin				
	(2022): Kodeks pracy – tekst jednolity, Dziennik Ustaw RP				
Literatura uzupełniająca	S. Wieczorek (2014): Ergonomia. Poradnik BHP, Wydawnictwo Tarbonus, Tarnobrzeg				
	(2022): ustawa o Państwowym Ratownictwie Medycznym – tekst jednolity, Dziennik Ustaw RP, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne		5		5	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		0		0	
Przygotowanie się do zajęć		0		0	
Studiowanie literatury		0		0	
Udział w konsultacjach		0		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		0		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		0		0	
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		5			
Liczba punktów ECTS		0			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: szkolenie biblioteczne (INNE DO ZALICZENIA)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3362_52S	
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :	
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wykład	2	2	Z	0
Razem			2			0
Koordynator przedmiotu:		dr GRA YNA ZYGMUNT				
Prowadz cy zaj cia:		dr GRA YNA ZYGMUNT				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest przekazanie studentom wiedzy o zasadach korzystania z biblioteki, zbiorach biblioteki oraz Systemie Biblioteczno-Informacyjnym Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Wymagania wst pne:		w zakresie wiedzy: podstawowa wiedza o bibliotece w zakresie umiej tno ci: posiada umiej tno ci uczenia si w zakresie kompetencji społecznych: wiadomo wpływu działa indywidualnych na interesy innych członków społeczno ci				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	Zna prawne, organizacyjne i organizacyjne uwarunkowania korzystania z systemu biblioteczno-informacyjnego uczelni w ramach studiowanego kierunku studiów.			
umiej tno ci	1	EP2	Potrafi korzysta z zasobów systemu biblioteczno-informacyjnego uczelni zgodnie z obowi zuj cymi zasadami.			
kompetencje społeczne	1	EP3	Realizuje potrzeby dost pu do zasobów systemu biblioteczno-informacyjnego uczelni w sposób nie utrudniaj cy dost pu innym u ytkownikom Biblioteki.			
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: szkolenie biblioteczne						
Forma zaj : wykład						
1. Przedstawienie elementów tworz cych system biblioteczno-informacyjny Uniwersytetu Szczeci skiego.					1	2
Metody kształcenia		wykład z prezentacj multimedialn				
Metody weryfikacji efektów uczenia si						Nr efektu uczenia si z sylabusa
		SPRAWDZIAN				EP1,EP2,EP3
		Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				

Forma i warunki zaliczenia	Zapoznanie si z prezentacj on-line, pozytywne zaliczenie testu. Zaliczenie testu zapewnia uzyskanie powy ej 60 % pozytywnych odpowiedzi na pytania.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Przedmiot ko czy si zaliczeniem bez oceny.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	szkolenie biblioteczne		Nieobliczana	
	1	szkolenie biblioteczne [wykład]	zaliczenie		
Literatura podstawowa	Regulamin agend Biblioteki (Wypo yczalnia, Czytelnia, O rdek Informacji Naukowej) :				
	Regulamin Biblioteki Głównej :				
Literatura uzupełniaj ca					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zaj cia dydaktyczne	2		2		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0		0		
Przygotowanie si do zaj	0		0		
Studiowanie literatury	0		0		
Udział w konsultacjach	0		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	0		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	2				
Liczba punktów ECTS	0				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: szkolenie e-learningowe (INNE DO ZALICZENIA)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3362_51S	
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 	
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wiczenia	2	2	Z	0
Razem			2			0
Koordynator przedmiotu:		mgr KONRAD MIELKO				
Prowadz cy zaj cia:		mgr KONRAD MIELKO				
Cele przedmiotu:		Przeszkolenie studentów w zakresie metod i technik kształcenia na odległo , w tym z funkcjonalno ci platformy e-learningowej oraz formami komunikacji elektronicznej z wykładowcami i administracj na Uczelni. Przedstawienie form i metod oceniania w trybie wykorzystuj cym metody i techniki kształcenia na odległo .				
Wymagania wst pne:		Aktywne konto studenta w domenie stud.usz.edu.pl. Podstawy obsługi komputera.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	zna podstawowe metody korzystania z narz dzi chmurowych Microsoft 365 do komunikacji wewn trz uczelni.			
	2	EP2	ma wiedz na temat zasad zaliczania przedmiotów prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległo			
	3	EP3	zna zasady poruszania si po platformie e-learningowej			
umiej tno ci	1	EP4	potrafi zalogowa si do platformy nauczania zdalnego			
	2	EP5	potrafi w formie elektronicznej skontaktowa si z wykładowc i pracownikami uczelni			
	3	EP6	potrafi odnale wła ciwy przedmiot wykładany online i przyst pi prawidłowo do egzaminu/zaliczenia online.			
kompetencje społeczne	1	EP7	posiada kompetencje współpracy i komunikacji z innymi studentami i wykładowcami w trybie pracy zdalnej			
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj
						w tym e-learning
Przedmiot: szkolenie e-learningowe						
Forma zaj : wiczenia						
1. Obsługa platformy e-learningowej.					1	1
2. Komunikacja elektroniczna na uczelni.					1	1
Metody kształcenia		e-learning z wykorzystaniem platformy Moodle				

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	SPRAWDZIAN				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie bez oceny na podstawie wyników sprawdzianu w formie testu				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Uzyskanie co najmniej 60% poprawnych odpowiedzi				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	szkolenie e-learningowe		Nieobliczana	
	1	szkolenie e-learningowe [wiczenia]	zaliczenie		
Literatura podstawowa					
Literatura uzupełniająca					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne		2		2	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		0		0	
Przygotowanie się do zajęć		0		0	
Studiowanie literatury		0		0	
Udział w konsultacjach		0		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		0		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		0		0	
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.		2			
Liczba punktów ECTS		0			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Moduł: Psychologia sprzedaży [moduł]							
Nazwa przedmiotu: techniki perswazji (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3437_58S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 6 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
3	6	laboratorium	15	0	ZO	3	
		wykład	15	0	ZO		
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr KALINA KUKIEŁKO					
Prowadz cy zaj cia:		dr KALINA KUKIEŁKO					
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z podstawowymi metodami i technikami perswazji. Studenci uzyskaj wiedz na temat efektywnych technik wywierania wpływu społecznego.					
Wymagania wst pne:		Podstawowa wiedza z zakresu komunikacji społecznej.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student zna zasady wywierania wpływu społecznego.			K_W01	
	2	EP2	Student rozumie na czym polega istota działa perswazyjnych.			K_W02	
umiej tno ci	1	EP3	Student potrafi wykorzysta narz dzia do działa perswazyjnych.			K_U01	
	2	EP4	Student rozpoznaje rodzaje działa perswazyjnych.			K_U02	
	3	EP5	Student potrafi bra udział w dyskursie na temat zagadnie ycia społecznego.			K_U06	
kompetencje społeczne	1	EP6	Student jest gotów uzupełnia wiedz i doskonali umiej tno ci w zakresie technik perswazji.			K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: techniki perswazji							
Forma zaj : wykład							
1. Perswazja. Wprowadzenie do problematyki					6	1	0
2. Socjotechnika i in ynieria społeczna					6	2	0
3. Psychologiczne aspekty wywierania wpływu					6	2	0
4. Perswazja a manipulacja					6	2	0
5. Perswazja w polityce					6	2	0

6. Perswazja w marketingu i reklamie		6	2	0
7. Język niewerbalny w perswazji		6	2	0
8. Wykorzystanie perswazji w przemówieniach i dyskusjach		6	2	0
Forma zajęć : laboratorium				
1. Omówienie zasad przebiegu zajęć		6	1	0
2. Przygotowanie i prezentacja przekazu perswazyjnego ? prace studentów		6	2	0
3. Przygotowanie i prezentacja przekazu perswazyjnego ? prace studentów		6	2	0
4. Przygotowanie i prezentacja przekazu perswazyjnego ? prace studentów		6	2	0
5. Przygotowanie i prezentacja przekazu perswazyjnego ? prace studentów		6	2	0
6. Przygotowanie i prezentacja przekazu perswazyjnego ? prace studentów		6	2	0
7. Przygotowanie i prezentacja przekazu perswazyjnego ? prace studentów		6	2	0
8. Przygotowanie i prezentacja przekazu perswazyjnego ? prace studentów		6	2	0
Metody kształcenia	Metoda projektowa, Wykład problemowy			
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP4
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)			EP2,EP3,EP4,EP5,EP6
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.			
Forma i warunki zaliczenia	Ocena z wicze obejmuje realizację zadań na laboratoriach (60%) i aktywność (40%). Zaliczenie pisemne obejmujące wiedzę z wykładów i zalecanej literatury.			
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu			
	Ocena końcowa jest średnią arytmetyczną ocen uzyskanych z zaliczenia wicze i wykładów.			
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obliczenia oceny
	6	techniki perswazji		Arytmetyczna
	6	techniki perswazji [laboratorium]	zaliczenie z ocen	
	6	techniki perswazji [wykład]	zaliczenie z ocen	
Literatura podstawowa	Cialdini R. (2011): Zasady wywierania wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, OnePress, Gliwice			
Literatura uzupełniająca	Hogan K. (2010): Psychologia perswazji. Strategie i techniki wywierania wpływu na ludzi, Czarna Owca, Warszawa			
	Kwiatkowska G. E. (red.) (2008): Pomiędzy wpływem społecznym i manipulacją. Typowe i nietypowe przejawy, Wydawnictwo UMCS, Lublin			
NAKŁAD PRACY STUDENTA				
		Liczba godzin		
		W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	30	0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0	0		
Przygotowanie się do zajęć	10	0		
Studiowanie literatury	13	0		
Udział w konsultacjach	12	0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0		

Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	10	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: techniki wywierania wpływu społecznego (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_17S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	2	wiczenia	15	0	ZO	3
		wykład	15	0	ZO	
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		dr MALWINA SZCZEPKOWSKA				
Prowadz cy zaj cia:		dr MALWINA SZCZEPKOWSKA				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy z zakresu istoty i funkcjonowania grupy społecznej, a tak e z przejawów i mechanizmów wpływu społecznego oraz technik manipulacji społecznej. Celem przedmiotu jest również ukształtowanie umiej tno ci rozpoznawania rodzajów mechanizmów wpływu społecznego technik manipulacji społecznej i umiej tno obrony przez nimi. Przedmiot rozwija kompetencje w zakresie kompetencji psychologicznych i społecznych oraz umiej tno ci dyskusji i pracy w grupie.				
Wymagania wst pne:		Wiedzy: zna podstawowe poj cia z zakresu przedsi biorczo ci (w zakresie szkoły redniej) Umiej tno ci: umie pracowa w grupie, umiej tno dyskusji i argumentowania Kompetencji (postaw): otwarto na wiedz oraz argumentacj uczestników wicze				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna podstawowe przejawy wpływu społecznego		K_W06	
	2	EP2	zna podstawowe mechanizmy wywierania wpływu		K_W06	
	3	EP3	zna techniki manipulacji społecznych		K_W06	
umiej tno ci	1	EP4	potrafi rozpozna przejawy wpływu społecznego i obroni si przed wpływem innych		K_U01 K_U03	
	2	EP5	potrafi rozpozna techniki manipulacji społecznych i obroni si przed nimi		K_U03 K_U06	
	3	EP6	potrafi dyskutowa i pracowa w grupie		K_U06 K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP7	Jest gotowy do wykorzystania zdobytej wiedzy do inicjowania działań społecznych i inspirowania innych do tych działań .		K_K02 K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI				Semestr	Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning	
Przedmiot: techniki wywierania wpływu społecznego						
Forma zaj : wykład						
1. Dynamika małych grup: formy małych grup, grupy zadaniowe, procesy formowania si grup oraz orientacji na zadanie, role społeczne a grupa. Grupa społeczna: rodzaje grup, spójno grup, funkcje grup.				2	2	0
2. Grupa społeczna: rodzaje grup, spójno grup. Funkcje grup społecznych. Wpływ społeczny grup.				2	2	0
3. Wpływ społeczny i jego rodzaje: informacyjny i normatywny. Rodzaje wpływu społecznego: na ładownictwo, konformizm,				2	2	0

4. Rodzaje wpływu społecznego: posłusze stwo autorytetom		2	2	0	
5. Mechanizmy wpływu społecznego. Zasady zaangażowania, słuszności, lubienia, wzajemności i niedost pno ci		2	2	0	
6. Techniki manipulacji społecznych		2	3	0	
7. Metody ochrony przed wpływem grupy		2	2	0	
Forma zaj : wiczenia					
1. Grupa, istota, rodzaje, zespoły zadaniowe. Praca indywidualna a zespołowa. Role grupowe. Dobieranie osób do grupy wg. Belbina,		2	3	0	
2. Wpływ społeczny i jego rodzaje: informacyjny i normatywny. Rodzaje wpływu społecznego: na ładownictwo, konformizm, posłusze stwo autorytetom		2	3	0	
3. Mechanizmy wpływu społecznego. Zasady zaangażowania, słuszności, lubienia, wzajemności i niedost pno ci - prezentacje, case study		2	4	0	
4. Techniki manipulacji społecznych - przykłady, case study, prezentacje		2	4	0	
5. Metody ochrony przed wpływem grupy i techniki radzenia sobie z manipulacj społeczn		2	1	0	
Metody kształcenia	Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych, Praca w grupach, Testy, Puzzle, Analiza przypadków, Rozwijanie zada . Prezentacje studentów.				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
	PREZENTACJA			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP4,EP5,EP6,EP7	
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.					
Forma i warunki zaliczenia	Ocena zaliczeniowa ustalana jest na podstawie ocen cz stkowych otrzymywanych w trakcie semestru za prac w trakcie zaj (wicze) i kolokwium pisemnego (wykład).				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocen z przedmiotu stanowi rednia arytmetyczna z ocen za kolokwium i za aktywny udział w wiczeniach (aktywno , dyskusje i prezentacje). Warunkiem uzyskania zaliczenia jest otrzymanie pozytywnej ocen (uzyskanie 50% wszystkich punktów).				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	techniki wywierania wpływu społecznego		Arytmetyczna	
	2	techniki wywierania wpływu społecznego [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	2	techniki wywierania wpływu społecznego [wykład]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Aronson E. (2021): CZŁOWIEK ISTOTA SPOŁECZNA, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	B. Wojciszke (2021): Psychologia społeczna, Scholar, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca	J. Strelau, D. Doli ski (2021): Psychologia akademicka, tom 2, , Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne GWP, Gdańsk				
	Zimbardo P. G. i inn. (2021): PSYCHOLOGIA I YCIE, PWN, Warszawa				
	Zimbardo P. G. i inn. (2017): PSYCHOLOGIA Kluczowe koncepcje T. 5 Człowiek i jego rodowisko, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie si do zaj	15		0		
Studiowanie literatury	8		0		
Udział w konsultacjach	12		0		

Przygotowanie projektu / eseju / itp.	8	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	0	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Nazwa przedmiotu: technologie informacyjne (PODSTAWOWE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_9S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	laboratorium	30	0	ZO	3	
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. EWA KROK					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. EWA KROK					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest zapoznanie Studentów z mo liwo ciami wykorzystania technologii informacyjnych do efektywnej realizacji zada zawodowych oraz nabycie przez Studentów praktycznych umiej tno ci posługiwania si aplikacjami umo lwiay cymi m.in. redakcj tekstu, analiz i wizualizacj danych, przygotowanie prezentacji oraz wykorzystanie internetu do komunikacji i wyszukiwania informacji.					
Wymagania wst pne:		Podstawy obsługi komputera i Internetu					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student rozumie rol informacji we współczesnym wiecie, zna funkcjonalno podstawowych urz dze peryferyjnych oraz aplikacji pozwalaj cych gromadzi , przetwarza i udost pnia informacje			K_W04	
umiej tno ci	1	EP2	Student umie dobra i zastosowa oprogramowanie u ytkowe do szybszej realizacji zada merytorycznych z obszaru zarz dzania i psychologii			K_U03	
	2	EP4	Student umie pozyska informacje i wiedz ze zbiorów danych, wykorzystuj c w tym celu odpowiednie narz dzia do analizy i wizualizacji			K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP3	Student jest gotów do samodoskonalenia oraz stałego pogł biania wiedzy z wykorzystaniem najnowszych rozwi za IT			K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: technologie informacyjne							
Forma zaj : laboratorium							
1. Tworzenie i edycja dokumentów					1	1	0
2. Tabele i elementy graficzne					1	2	0
3. Style, spisy tre ci, indeksy haseł, bibliografia					1	4	0
4. Korespondencja seryjna					1	1	0
5. Tryb recenzji przy pracy wspólnej nad dokumentem					1	1	0
6. Praca z arkuszem kalkulacyjnym - edycja i operacje na danych					1	2	0

7. Tworzenie i formatowanie wykresów	1	2	0
8. Formuły i funkcje w arkuszu kalkulacyjnym	1	4	0
9. Analiza danych: tabele przestawne, sumy cz ciowe, filtrowanie, szukaj wyniku	1	4	0
10. Formularze i kontrolki (przyciski, pola wyboru, listy)	1	1	0
11. Raporty i prezentacje wyników bada	1	2	0
12. Praca grupowa z wykorzystaniem aplikacji do komunikacji zdalnej	1	1	0
13. Narz dzia IT w pracy psychologa (budowa ankiet online, komputerowe testy psychologiczne)	1	2	0
14. Aplikacje do monitorowania stanu organizmu	1	1	0
15. Internet ? ró dłem informacji i kanałem komunikacji	1	2	0

Metody kształcenia	Zaj cia laboratoryjne - rozwiazywanie zada praktycznych przy wykorzystaniu ró nych aplikacji desktopowych i mobilnych oraz Internetu		
--------------------	--	--	--

Metody weryfikacji efektów uczenia si		Nr efektu uczenia si z sylabusu
	KOLOKWIUM	EP1
	SPRAWDZIAN	EP2,EP4
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)	EP2,EP3,EP4

Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.

Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie zaj laboratoryjnych: kolokwium, sprawdzian praktyczny przy komputerach, ocena aktywno ci i pracy na lekcji oraz ocena zada domowych	
	Skala ocen: 100-91,7% - bdb 91,6-83,3% - db+ 83,2-70,8% - db 70,7-58,3% - dst+ 58,2-50,0% - dst <50% - ndst	
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu	
Ocen z przedmiotu jest ocena z laboratoriów		

Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	technologie informacyjne		Wag ona	
	1	technologie informacyjne [laboratorium]	zaliczenie z ocen		1,00

Literatura podstawowa	Lambert Joan, Frye Curtis (2019): Microsoft Office 2019. Krok po kroku, APN Promise
	Trojan Maciej, Gut Małgorzata (red) (2020): Nowe technologie i metody w psychologii, Liberi, Warszawa

Literatura uzupełniają ca	Litwin Leszek (2021): ECDL. Europejski Certyfikat Umiej tno ci Komputerowych., Helion
	Przedziecki Karol, Sikorski Witold, Treichel Wiktor (2017): Technologie informacyjne dla studentów, Witkom
	Ratalewska Magdalena (2021): Wykorzystanie technologii informacyjno-komunikacyjnych w mikro-, małych i rednich przedsi biorstwach sektora kreatywnego., Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zaj cia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0	0
Przygotowanie si do zaj	10	0
Studiowanie literatury	12	0

Udział w konsultacjach	13	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	10	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Nazwa przedmiotu: teorie komunikacji po redniej (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3441_16S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	wykład	30	0	ZO	3	
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. MACIEJ WITEK					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. MACIEJ WITEK					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest przekazanie Studentkom i Studentom wiedzy na temat mechanizmów komunikacji po redniej oraz umiej tno ci stosowania terminologii pragmatycznej do opisu i wyja niania form komunikacji po redniej.					
Wymagania wst pne:		Brak wymaga wst pnych.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna i rozumie formy i mechanizmy komunikacji po redniej			K_W05	
	2	EP2	ma zaawansowan wiedz na temat roli komunikacji j zykowej w tworzeniu i podtrzymywaniu relacji oraz instytucji społecznych			K_W08	
umiej tno ci	1	EP3	opisuje, wyja nia i interpretuje formy komunikacji po redniej			K_U01	
	2	EP4	potrafi posługiwa si w debacie technikami komunikacji po redniej oraz rozpoznawa techniki stosowane przez innych			K_U06	
kompetencje społeczne	1	EP5	jest gotów ocenia krytycznie swoj wiedz na temat mechanizmów i technik komunikacji po redniej			K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: teorie komunikacji po redniej							
Forma zaj : wykład							
1. Wprowadzenie. Komunikacja w sensie szerokim a komunikacja inferencyjno-ostensywna					2	4	0
2. Implikatury konwersacyjne					2	4	0
3. Niedookre lenie j zykowe					2	2	0
4. Presupozycje i inne tre ci rzutowalne					2	4	0
5. Akty mowy					2	4	0
6. Po rednie akty mowy					2	4	0
7. Akomodacja w grach j zykowych i niejawne akty mowy					2	4	0

8. Ironia, o mieszanie, artowanie i inne paso ytnicze u ycia j zyka		2	4	0	
Metody kształcenia	wykład konwersatoryjny, dyskusja przypadków				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusa	
	SPRAWDZIAN			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest zaliczenie na ocen pozytywn sprawdzianu pisemnego w formie testu.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z zaliczenia wykładu jest ocen z przedmiotu.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	teorie komunikacji po redniej		Wa ona	
	2	teorie komunikacji po redniej [wykład]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Stephen C. Levinson (2010): Pragmatyka, WN PWN, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca	Daniel Fogal, Daniel W. Harris, and Matt Moss (Eds.) (2018): New Work on Speech Acts, OUP, Oxford				
	Maciej Witek (2021): Illocution and accommodation in the functioning of presumptions , Springer, Synthese, 198, 6207–6244				
	Maciej Witek (2022): Irony as a speech action, Elsevier, Journal of Pragmatics, 190, 76-90				
	Maciej Witek (2011): Spór o podstawy teorii aktów mowy, WN US, Szczecin				
	Rae Langton (2015): How to Get a Norm from a Speech Act, The Amherst Lecture in Philosophy 10, 1–33				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	30	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0			
Przygotowanie si do zaj	0	0			
Studiowanie literatury	20	0			
Udział w konsultacjach	8	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0			
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	15	0			
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Moduł: Zachowania konsumenckie [moduł]							
Nazwa przedmiotu: User experience (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_36S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 5 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
3	5	wiczenia	15	0	ZO	3	
		wykład	15	0	ZO		
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr ANNA SZWAJLIK					
Prowadz cy zaj cia:		dr ANNA SZWAJLIK					
Cele przedmiotu:		Nabycie praktycznych umiej tnosci w realizacji bada UX oraz zastosowaniu ich w projektowaniu UX					
Wymagania wst pne:		Znajomo podstaw bada marketingowych oraz zasad projektowania					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna metody badawcze oraz wykorzystanie informacji w projektowaniu UX			K_W03 K_W07	
umiej tno ci	1	EP2	potrafi realizowa badania i przeło y informaacje na j zyk projketowy UX			K_U05 K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP3	Jest gotów do pozyskiwania nowej wiedzy i dzielenia si ni w pracy projektowej			K_K02	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: User experience							
Forma zaj : wykład							
1. Metody bada UX					5	10	0
2. Techniki projektowe UX					5	5	0
Forma zaj : wiczenia							
1. praktyczne wykorzystanie bada UX					5	10	0
2. Zastosowanie technik projektowych UX					5	5	0
Metody kształcenia		Tradycyjna forma wykładu, praca projektowa					

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	PROJEKT				EP1,EP2,EP3
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Test 10 pytań z zakresu metod badawczych, 10 pytań z technik projektowania. Projekt.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	30% wiedza z wykładu, 70% zaliczenie projektu				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	5	User experience		Ważona	
	5	User experience [wykład]	zaliczenie z ocen		0,30
	5	User experience [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,70
Literatura podstawowa	Barbara Rogoń-Turek, Iga Mościchowska (2022): Badania jako podstawa projektowania user experience, PWN, Warszawa				
	Yablonski Jon (2021): Prawa UX. Jak psychologia pomaga w projektowaniu lepszych produktów i usług, Helion, Gliwice				
Literatura uzupełniająca					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0		0		
Przygotowanie się do zajęć	10		0		
Studiowanie literatury	10		0		
Udział w konsultacjach	10		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0		0		
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Moduł: Przedmiot do wyboru w j zyku obcym [moduł]							
Nazwa przedmiotu: Value co-creation (współtworzenie warto ci) (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_62S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 5 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
3	5	konwersatorium	15	0	ZO	3	
Razem			15			3	
Koordynator przedmiotu:		dr ANNA SZWAJLIK					
Prowadz cy zaj cia:		dr ANNA SZWAJLIK					
Cele przedmiotu:		Nabycie wiedzy z zakresu współtworzenia wartosci z klientem					
Wymagania wst pne:		Wiedza z zakresu budowania relacji z klientem, zachowa klienta na rynku					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Zna rol klienta w organizacji oraz mechanizmy współpracy			K_W02	
umiej tno ci	1	EP2	Umie wykorzystywa w praktyce metody współtworzenia oraz pomiaru wartosci kookreacji			K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP3	Jest gotów pozyskiwa i rozwija wiedz z zakresu współtworzenia wartosci.			K_K02	
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zaj	
						w tym e-learning	
Przedmiot: Value co-creation (współtworzenie warto ci)							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Warto w zarzadzaniu					5	5	0
2. Metody współtworzenia warto ci z klientem					5	5	0
3. Pomiar wartosci współtworzenia					5	5	0
Metody kształcenia		Tradycyjna forma wykładu oraz realizacja projektu.					
Metody weryfikacji efektów uczenia si						Nr efektu uczenia si z sylabusa	
		PROJEKT				EP1,EP2,EP3	
		ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP2,EP3	
		Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.					

Forma i warunki zaliczenia	Przygotowanie projektu.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu b dzie wystawiona za zrealizowany projekt.				
Metoda obliczania oceny kocowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	5	Value co-creation (współtworzenie warto ci)		Ważona	
	5	Value co-creation (współtworzenie warto ci) [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	K. Dziewanowska (2018): Współtworzenie warto ci w marketingu., C.H.Beck, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca	Beata St pie , Henryk Mruk (2014): Tworzenie warto ci dla klienta z perspektywy konsumentów i przedsi biorstw, PWE, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0		0		
Przygotowanie si do zaj	16		0		
Studiowanie literatury	20		0		
Udział w konsultacjach	9		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15		0		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	0		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z						
Nazwa przedmiotu: wychowanie fizyczne (OGÓLNOUCZELNIANE)				Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3362_31S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie						
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny			J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski, semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	zaj cia z wychowania fizycznego	30	0	Z	0
	4	zaj cia z wychowania fizycznego	30	0	Z	0
Razem			60			0
Koordynator przedmiotu:		mgr CEZARY JANISZYN				
Prowadz cy zaj cia:		mgr CEZARY JANISZYN				
Cele przedmiotu:		Opanowanie przez studentów wybranych umie tno ci ruchowych z podstawowych działów w-f, rozwój ogólnej sprawno ci fizycznej. Zapoznanie uczestników z ró nymi formami organizacyjnymi w ramach kultury fizycznej, przekazywanie wiadomo ci dotycz cych wpływu wicze fizycznych na harmonijny rozwój i zdrowy styl ycia dorosłego człowieka w ró nym wieku.				
Wymagania wst pne:		Brak przeciwwskaza zdrowotnych do wykonywania wicze fizycznych. Podstawowe wiadomo ci z zakresu kultury fizycznej wyniesione ze szkoły podstawowej, gimnazjum i szkoły redniej.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Posiada wiadomo ci dotycz ce wpływu wicze na organizm człowieka, sposobów podtrzymania zdrowia i sprawno ci fizycznej a tak e zasad organizacji zaj ruchowych.			
	2	EP2	Identyfikuje relacje mi dzy wiekiem, zdrowiem, aktywno ci fizyczn , sprawno ci motoryczn kobiet i m czyzn.			
umiej tno ci	1	EP3	Opanował umie tno ci ruchowe z zakresu gier zespołowych, sportów indywidualnych, turystyki kwalifikowanej oraz przydatnych do organizacji i udziału w grach i zabawach ruchowych, sportowych i terenowych.			
	2	EP4	Potrafi zastosowa nabyty potencjał motoryczny do realizacji poszczególnych zada technicznych i taktycznych w poszczególnych dyscyplinach sportowych i działalno ci turystyczno-rekreacyjnej.			
	3	EP5	Posiada umie tno ci wł czenia si w prozdrowotny styl ycia oraz kształtowania postaw sprzyjaj cych aktywno ci fizycznej na całe ycie.			

kompetencje społeczne	1	EP6	Promuje społeczne, kulturowe znaczenie sportu i aktywno ci fizycznej oraz kształtuje własne upodobania z zakresu kultury fizycznej.		
	2	EP7	Podejmuje si organizacji wszelkich form aktywno ci fizycznej, rywalizacji sportowej w swoim miejscu zamieszkania, zakładu pracy lub regionie.		
	3	EP8	Troszczy si o zagospodarowanie czasu wolnego poprzez ró norodne formy aktywno ci fizycznej.		
TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI			Semestr	Liczba godzin zaj	
					w tym e-learning
Przedmiot: wychowanie fizyczne					
Forma zaj : zaj cia z wychowania fizycznego					
1. Gry zespołowe: - sposoby poruszania si po boisku, - doskonalenie podstawowych elementów techniki i taktyki gry, - fragmenty gry i gra szkolna, - gry i zabawy wykorzystywane w grach zespołowych, - przepisy gry i zasady s dziowania, - organizacja turniejów w grach zespołowych, - udział w zawodach sportowych (Akademickie Mistrzostwa Polski, Liga Mi dzyuczelniana, Uniwersjada, Akademickie Mistrzostwa Europy).			3	9	0
2. Aerobik, Taniec: - poprawa ogólnej sprawno ci fizycznej, - umiej tno poprawnego wykonywania wicze i technik tanecznych, - wzmocnienie mi ni posturalnych i pozostałych grup mi niowych, - zwi kszenie wydolno ci oddechowo-kr eniowej organizmu, - wiadomo ciała, znajomo poszczególnych grup mi niowych oraz odpowiednich dla nich wicze .			3	7	0
3. Sporty indywidualne (tenis ziemny, tenis stołowy, squash, karate, samoobrona, nordic walking, pływanie, kolarstwo, narciarstwo, wio larstwo, ły wiarstwo): - poprawa ogólnej sprawno ci fizycznej, - nauka i doskonalenie techniki z zakresu poszczególnych dyscyplin sportu, - wdro enie do samodzielnych wicze fizycznych, - wzmocnienie mi ni posturalnych i innych grup mi niowych, - umiej tno poprawnego wykonywania wicze i technik specyficznych dla danej dyscypliny sportu, - gry i zabawy wła ciwe dla danej dyscypliny, - organizacja turniejów i zawodów , - udzielanie pierwszej pomocy i nauka resuscytacji kr eniowo-oddechowej, - udział w zawodach sportowych (Akademickie Mistrzostwa Polski, Liga Mi dzyuczelniana, Uniwersjada, Akademickie Mistrzostwa Europy).			3	7	0
4. Turystyka kwalifikowana (obóz narciarski, obóz rowerowo-kajakowy) - nauka i doskonalenie podstawowych elementów techniki jazdy na nartach i rowerze - poprawa ogólnej sprawno ci fizycznej i zwi kszenie wydolno ci oddechowo-kr eniowej - nauka umiej tno ci posługiwania si sprz tem turystycznym (narty , rower, kajak) - przestrzeganie społecznych norm zachowania si na szlaku i w obiektach turystycznych - elementy survivalu - nauka organizacji spływów kajakowych, rajdów rowerowych i zawodów narciarskich - udzielanie pierwszej pomocy i nauka resuscytacji kr eniowo-oddechowej.			3	7	0
5. Gry zespołowe: - sposoby poruszania si po boisku, - doskonalenie podstawowych elementów techniki i taktyki gry, - fragmenty gry i gra szkolna, - gry i zabawy wykorzystywane w grach zespołowych, - przepisy gry i zasady s dziowania, - organizacja turniejów w grach zespołowych, - udział w zawodach sportowych (Akademickie Mistrzostwa Polski, Liga Mi dzyuczelniana, Uniwersjada, Akademickie Mistrzostwa Europy).			4	9	0
6. Aerobik, Taniec: - poprawa ogólnej sprawno ci fizycznej, - umiej tno poprawnego wykonywania wicze i technik tanecznych, - wzmocnienie mi ni posturalnych i pozostałych grup mi niowych, - zwi kszenie wydolno ci oddechowo-kr eniowej organizmu, - wiadomo ciała, znajomo poszczególnych grup mi niowych oraz odpowiednich dla nich wicze .			4	7	0
7. Sporty indywidualne (tenis ziemny, tenis stołowy, squash, karate, samoobrona, nordic walking, pływanie, kolarstwo, narciarstwo, wio larstwo, ły wiarstwo): - poprawa ogólnej sprawno ci fizycznej, - nauka i doskonalenie techniki z zakresu poszczególnych dyscyplin sportu, - wdro enie do samodzielnych wicze fizycznych, - wzmocnienie mi ni posturalnych i innych grup mi niowych, - umiej tno poprawnego wykonywania wicze i technik specyficznych dla danej dyscypliny sportu, - gry i zabawy wła ciwe dla danej dyscypliny, - organizacja turniejów i zawodów , - udzielanie pierwszej pomocy i nauka resuscytacji kr eniowo-oddechowej, - udział w zawodach sportowych (Akademickie Mistrzostwa Polski, Liga Mi dzyuczelniana, Uniwersjada, Akademickie Mistrzostwa Europy).			4	7	0
8. Turystyka kwalifikowana (obóz narciarski, obóz rowerowo-kajakowy) - nauka i doskonalenie podstawowych elementów techniki jazdy na nartach i rowerze - poprawa ogólnej sprawno ci fizycznej i zwi kszenie wydolno ci oddechowo-kr eniowej - nauka umiej tno ci posługiwania si sprz tem turystycznym (narty , rower, kajak) - przestrzeganie społecznych norm zachowania si na szlaku i w obiektach turystycznych - elementy survivalu - nauka organizacji spływów kajakowych, rajdów rowerowych i zawodów narciarskich - udzielanie pierwszej pomocy i nauka resuscytacji kr eniowo-oddechowej.			4	7	0

Metody kształcenia	metoda nauczania zadań ruchowych: syntetyczna, analityczna, mieszana, kompleksowa; - metody realizacji zadań ruchowych: reproduktywne (odtwórcze), proaktywne (usamodzielniające), kreatywne (twórcze); - metody przekazywania wiadomości: reproduktywne, proaktywne, kreatywne, prób i błędów.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	PROJEKT				EP7,EP8
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie wicze na podstawie obecności, odbytych sprawdzianów i realizowanych projektów grupowych.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Przedmiot kończy się zaliczeniem bez oceny.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	wychowanie fizyczne		Nieobliczana	
	3	wychowanie fizyczne [zajęcia z wychowania fizycznego]	zaliczenie		
	4	wychowanie fizyczne		Nieobliczana	
	4	wychowanie fizyczne [zajęcia z wychowania fizycznego]	zaliczenie		
Literatura podstawowa	Bahrynowska - Fic J. (1987): Właściwości wicze fizycznych, ich systematyka i metodyka, Państwowy Zakład Wydawnictw Lekarskich				
	Bondarowicz M. (1995): Zabawy w grach sportowych, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne				
	Huciński T., Lekner I. (2001): Koszykówka – podręcznik dla trenerów, nauczycieli i studentów, BK				
	Kumińska O., Popielawska M. (1995): Taniec - Rytm - Muzyka, Skr. AWF				
	Mielniczuk M., Staniszewski T. (1999): Stare i nowe gry drużynowe, TELBIT				
	Talaga J. (2004): Sprawność fizyczna ogólna. Testy., Zys i S-ka				
	Trzeńniowski R. (1995): Zabawy i gry ruchowe, Szkolne i Pedagogiczne				
Literatura uzupełniająca	Barankiewicz J. (1992): Poradnik nauczyciela wychowania fizycznego: zbiór podstawowych pojęć z teorii i metodyki wychowania fizycznego, sportu oraz wychowania zdrowotnego, Ośrodek Metodyczny				
	Strzykowski S (1992): Wychowanie fizyczne poza salą gimnastyczną : poradnik dla nauczycieli i studentów, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
			Liczba godzin		
			W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	60		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0		0		
Przygotowanie się do zajęć	0		0		
Studiowanie literatury	0		0		
Udział w konsultacjach	0		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0		0		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	60				
Liczba punktów ECTS	0				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Moduł: Psychologia sprzedaży [moduł]							
Nazwa przedmiotu: zarządzanie sprzedażą (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_57S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalność:		
Status przedmiotu: fakultatywny				Język przedmiotu: semestr: 6 - j. język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
3	6	laboratorium	30	0	ZO	4	
		wykład	15	0	E		
Razem			45			4	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. KRZYSZTOF BŁOŃSKI					
Prowadzący zajęcia:		dr hab. KRZYSZTOF BŁOŃSKI					
Cele przedmiotu:		Celem jest zapoznanie studentów ze specyfiką zarządzania sprzedażą ze szczególnym uwzględnieniem organizacji działu sprzedaży oraz prowadzenia procesu sprzedaży					
Wymagania wstępne:		Znajomość podstaw ekonomii, funkcjonowania przedsiębiorstw, marketingu i zarządzania					
EFEKTY UCZENIA SIĘ							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	Zna zagadnienia dotyczące organizacji sprzedaży i optymalizacji jej wyników		K_W02 K_W10		
	2	EP2	Zna zagadnienia dotyczące prowadzenia sprzedaży		K_W05 K_W07		
	3	EP3	Zna zagadnienia dotyczące motywowania i kontroli sprzedawców		K_W08		
umiejętności	1	EP4	Posiada umiejętności wykorzystania wiedzy o zarządzaniu sprzedażą		K_U02 K_U05 K_U08		
kompetencje społeczne	1	EP5	Jest świadomy zmian zachodzących w otoczeniu, segmentach rynku, uwarunkowaniach procesu sprzedaży, które wymagają ich głębokiego aktualizowania wiedzy		K_K01 K_K05		
TRECI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE					Semestr	Liczba godzin zajęć	
						w tym e-learning	
Przedmiot: zarządzanie sprzedażą							
Forma zajęć: wykład							
1. Rozwój i znaczenie sprzedaży dla działów marketingowych					6	1	0
2. Strategie sprzedaży					6	1	0
3. Środowisko działu sprzedaży - zachowania nabywców indywidualnych i przedsiębiorstw, warunki sprzedaży					6	2	0
4. Techniki sprzedaży					6	4	0
5. Zarządzanie działem sprzedaży					6	4	0

6. Kontrola działań sprzedażowych		6	3	0	
Forma zajęć : laboratorium					
1. Analiza sprzedaży		6	4	0	
2. Analiza wskaźników dot. zarządzania sprzedażą i dystrybucją towarów.		6	4	0	
3. Budowa planu sprzedaży		6	6	0	
4. E-commerce (analiza wybranych wskaźników)		6	2	0	
5. Ocena zbioru posiadanych klientów		6	2	0	
6. Ocena satysfakcji, utrzymania, lojalności oraz utraty klientów		6	4	0	
7. Szacowanie i ocena kosztów działalności sprzedawców		6	4	0	
8. Kontrola, analiza i ocena wyników działalności sprzedawców		6	2	0	
9. Kontrola, analiza i ocena wkładu sprzedawców w realizację celów firmy		6	2	0	
Metody kształcenia	Laboratoria, Wykłady z wykorzystaniem pokazów multimedialnych				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
	PROJEKT			EP1,EP4	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)			EP5	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie przedmiotu na podstawie wykonanego projektu (laboratoria) oraz kolokwium na podstawie zestawu pytań testowych lub opisowych (wykład).				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z zaliczenia jest średnią ważoną pozytywnych ocen z kolokwium (55%) i zrealizowanego projektu (45%).				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	6	zarządzanie sprzedażą		Ważona	
	6	zarządzanie sprzedażą [wykład]	egzamin		0,55
	6	zarządzanie sprzedażą [laboratorium]	zaliczenie z ocen		0,45
Literatura podstawowa	Aleksandra Kaniewska-Saba, Grzegorz Leszczyński (2018): Pomiar marketingu i sprzedaży business-to-business, Nieoczywiste				
	Krzysztof Cybulski (2020): Zarządzanie działem sprzedaży, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Robert Cialdini (2019): Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, GWP, Gdańsk				
Literatura uzupełniająca	David Jobber, Geoff Lancaster, Kenneth Le Meunier-FitzHugh (2019): Selling and Sales Management, PEARSON EDUCATION LIMITED				
	David W. Cravens, Kenneth Le Meunier-FitzHugh and Nigel F. Piercy (red.) (2012): The Oxford handbook of strategic sales and sales management, Oxford University Press, New York				
	Scheitlin, V. (2003): Listy kontrolne dla handlowców, Oficyna Ekonomiczna				
	Schenk, G. (2001): Profesjonalny sprzedawca, wyd ABC, Kraków				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne		45		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		0		0	

Przygotowanie si do zaj	5	0
Studiowanie literatury	10	0
Udział w konsultacjach	10	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	15	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Nazwa przedmiotu: zarządzanie własnym rozwojem (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_25S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 4 - j język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	konwersatorium	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. WOJCIECH JARECKI					
Prowadzący zajęcia:		dr hab. WOJCIECH JARECKI					
Cele przedmiotu:		Celem jest przekazanie wiedzy i uświadomienie studentom, jak uczyni okres studiów i pierwsze lata po nich, drogą do rozwoju kompetencji, w tym, jak wane są aspekty osobowościowe w rozwoju kompetencji. Kształtowanie postaw sprzyjających rozwojowi swoich kompetencji					
Wymagania wstępne:		W zakresie umiejętności: student potrafi analizować zalecenia występujące na rynku pracy, wytyka krytyczne wnioski Podstawowa wiedza z zakresu własnych zdolności, umiejętności, cech osobowości oraz podstawy funkcjonowania rynku pracy W zakresie kompetencji społecznych: student potrafi pracować w grupie, krytycznie dyskutować.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Posiada wiedzę z zakresu planowania własnej kariery zawodowej i wykorzystania okresu studiów do podnoszenia kompetencji			K_W01 K_W06 K_W10	
umiejętności	1	EP2	Potrafi określić zadania, jakie powinien wykonać w okresie studiów i po nich, aby mieć atrakcyjne kompetencje na rynku pracy			K_U09	
kompetencje społeczne	1	EP3	Jest gotów do krytycznej oceny własnych kompetencji społecznych potrzebnych na rynku pracy.			K_K01	
TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘĆ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zajęć	
						w tym e-learning	
Przedmiot: zarządzanie własnym rozwojem							
Forma zajęć : konwersatorium							
1. Konkretyzowanie własnej kariery zawodowej					4	2	0
2. Kompetencje - pojęcie, istota, związki z innymi elementami zarządzania					4	2	0
3. Psychologiczne aspekty rozwoju własnych kompetencji					4	3	0
4. Wiedza - istota, rodzaje, waga wiedzy w rozwoju własnych kompetencji					4	2	0
5. Umiejętności i doświadczenie zawodowe jako element kompetencji					4	2	0
6. Wartości wyznawane w życiu osobistym i pracy zawodowej a zarządzanie własnym rozwojem					4	2	0
7. Krytyczne myślenie i cele kariery zawodowej jako czynniki rozwoju osobistego					4	2	0
Metody kształcenia		Wykład z wykorzystaniem multimedialnych, dyskusja					

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA					EP1,EP2,EP3
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)					EP1,EP2,EP3
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.					
Forma i warunki zaliczenia	Na ocen dostateczną wymagana jest podstawowa wiedza z zakresu istoty kompetencji i możliwości ich rozwoju. Na ocen w 20% wpływa aktywność w dyskusjach na tematy podejmowane na zajęciach (aktywność ustna i pisemna), a w 80% praca pisemna obejmująca zawartość przedstawioną w treściach programowych, szczególnie: opis kompetencji znajomej osoby, która odniosła sukces zawodowy, jakie kompetencje student dotychczas rozwinął, jak planuje dalej rozwijać swoje kompetencje, jak wykorzysta okres studiów do rozwoju kompetencji. Na ocen dostateczną student musi napisać pracę pisemną zgodnie z wymogami, ogólnie określi w niej kompetencje znajomej osoby oraz własne. Na ocen dobrą wymagane jest bardziej szczegółowy opis kompetencji osoby znajomej i własnych a także określenie, jakie kompetencje chce rozwijać. Oczekiwana jest aktywność w wypowiedziach podczas zajęć. Na ocen bardzo dobrą wymagany jest stosunkowo precyzyjny opis kompetencji we wskazanych zakresach oraz aktywne uczestnictwo w zajęciach.					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	Ocena kończąca z przedmiotu jest oceną z zaliczenia konwersatorium.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	4	zarządzanie własnym rozwojem		Ważona		
	4	zarządzanie własnym rozwojem [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00	
Literatura podstawowa	A.Polańska (2002): Sztuka dobrego studiowania, MWSE w Tarnowie, Tarnów					
	U. Jeruszka (2016): Kompetencje. Aspekty teoretyczne i praktyczne, Difin, Warszawa					
	W. Jarecki (2011): Szacowanie kosztów i efektów kształcenia ekonomicznego na poziomie wyższym, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin					
Literatura uzupełniająca	K. Novikova (2016): Zarządzanie sukcesem w rozwoju osobistym, Journal of Modern Science 2016; 31(4):157–176, Journal of Modern Science					
	M. Adamiec, B. Koruszka (2001): Sztuka zarządzania sobą, PWE, Warszawa					
	P. Jurek, (2018): Diagnoza kompetencji pracowników. Modele kompetencji uniwersalnych, menedżerskich i handlowych, Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk					
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
			Liczba godzin			
			W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	15		0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0		0			
Przygotowanie się do zajęć	6		0			
Studiowanie literatury	7		0			
Udział w konsultacjach	10		0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5		0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	7		0			
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	50					
Liczba punktów ECTS	2					

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Nazwa przedmiotu: zarządzanie zasobami ludzkimi (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_15S			
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 			
Status przedmiotu: obowiązkowy			Język przedmiotu: semestr: 2 - język polski				
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	wiczenia	15	0	ZO	3	
		wykład	15	0	E		
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. MAREK KUNASZ					
Prowadzący zajęcia:		dr hab. MAREK KUNASZ					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest uświadomienie studentom kluczowej roli jaką pełni ludzie w organizacjach, zapoznanie z podejściami i narzędziami stosowanymi w ramach obszaru zarządzania zasobami ludzkimi w celu sprawnego korzystania z kapitału ludzkiego w praktycznych zastosowaniach w organizacji i kreowania gotowości do rozwiązywania problemów personalnych.					
Wymagania wstępne:		Student posiada ogólną wiedzę z zakresu podstaw zarządzania.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	posiada wiedzę o mechanizmach związanych z tworzeniem i rozwojem kapitału ludzkiego w gospodarce i organizacjach		K_W02 K_W08		
	2	EP2	posiada wiedzę o istocie poszczególnych procesów zarządzania kapitałem ludzkim w organizacji oraz instrumenty wykorzystywane w tych procesach		K_W02 K_W08		
umiejętności	1	EP3	potrafi samodzielnie rozwiązywać problemy związane z zarządzaniem pracownictwem		K_U01 K_U02		
kompetencje społeczne	1	EP4	jest gotów do myślenia w sposób przedsiębiorczy w zakresie poprawy jakości kapitału ludzkiego w przedsiębiorstwie oraz inspirowania innych do działań mających na celu jego rozwój		K_K03 K_K05		
TRENINGI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE					Semestr	Liczba godzin zajęć	
						w tym e-learning	
Przedmiot: zarządzanie zasobami ludzkimi							
Forma zajęć : wykład							
1. Zarządzanie sferą kadrową w organizacji ? istota, uwarunkowania, zasady, modele polityki personalnej					2	4	0
2. Planowanie kadr					2	2	0
3. Dobór kadr					2	2	0
4. Ocenianie kadr					2	2	0
5. Motywowanie i wynagradzanie kadr					2	3	0

6. Rozwój kadr		2	2	0	
Forma zaj : wiczenia					
1. Zarządzanie sfer kadrow w organizacji ? istota, uwarunkowania, zasady, modele polityki personalnej		2	4	0	
2. Planowanie kadr		2	2	0	
3. Dobór kadr		2	2	0	
4. Ocenianie kadr		2	2	0	
5. Motywowanie i wynagradzanie kadr		2	3	0	
6. Rozwój kadr		2	2	0	
Metody kształcenia	prezentacja multimedialna, dyskusje, praca w grupach, studia przypadków				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP3,EP4	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie wicze odbywa się na podstawie oceny aktywności w dyskusjach i pracy grupowej podczas realizacji zadań w trakcie wicze oraz wyniku kolokwium. Egzamin pisemny - weryfikuje wiedzę z zakresu wykładów oraz zalecanej literatury.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena z przedmiotu to ocena z egzaminu.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	zarządzanie zasobami ludzkimi		Ważona	
	2	zarządzanie zasobami ludzkimi [wykład]	egzamin		1,00
	2	zarządzanie zasobami ludzkimi [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,00
Literatura podstawowa	Jarecki W., Kunasz M., Mazur-Wierzbicka E., Zwiach P. (2013): Podstawy zarządzania zasobami ludzkimi, Economicus, Szczecin				
	Król H., Ludwiczyski A. (red.) (2022): Zarządzanie zasobami ludzkimi. Tworzenie kapitału ludzkiego organizacji, PWN, Warszawa				
	Listwan T. (red.) (2010): Zarządzanie kadrami, C.H. Beck, Warszawa				
	Pocztowski A. (2018): Zarządzanie zasobami ludzkimi, PWE, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	Armstrong M. (2021): Zarządzanie zasobami ludzkimi, Wolters Kluwer, Kraków				
	Golnau W. (red.) (2010): Zarządzanie zasobami ludzkimi, CeDeWu, Warszawa				
	Juchnowicz M. (red.) (2019): Zarządzanie kapitałem ludzkim, PWE, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	30	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	4	0			
Przygotowanie się do zajęć	10	0			
Studiowanie literatury	12	0			
Udział w konsultacjach	9	0			

Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	10	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-KiPwB-O-I-S-23/24Z							
Moduł: Zachowania pracowników w zespole [moduł]							
Nazwa przedmiotu: zarządzanie zespołem (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: EFZ212AIJ3433_55S		
Nazwa kierunku: komunikacja i psychologia w biznesie							
Forma studiów: I stopnia lic., stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalność:		
Status przedmiotu: fakultatywny				Język przedmiotu: semestr: 6 - j. język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
3	6	wiczenia	30	0	ZO	4	
		wykład	15	0	E		
Razem			45			4	
Koordynator przedmiotu:		dr MAGDALENA ŁAWICKA					
Prowadzący zajęcia:		dr MAGDALENA ŁAWICKA					
Cele przedmiotu:		Zapoznanie ze specyfiką zarządzania zespołem w kontekście celów organizacji. Wypracowanie umiejętności zarządzania zespołem w różnych organizacjach, a także efektywnego funkcjonowania jako jego członek/ członkini.					
Wymagania wstępne:		Podstawowa wiedza obejmująca specyfikę zarządzania oraz istotę budowania i rozwoju organizacji, a także zachowania organizacyjnych.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	Zna i rozumie podstawowe procesy zachodzące w organizacjach.		K_W01 K_W02		
	2	EP2	Student potrafi zdefiniować pojęcie zespołu i odnosić się do kontekstu organizacji i zachodzących w niej zmian.		K_W02 K_W05 K_W08		
umiejętności	1	EP3	Student jest w stanie opisać strukturę zespołu w różnych organizacjach i potrafi identyfikować jego cechy zespołu realizującego projekt z uwzględnieniem potrzeb organizacji.		K_U01 K_U02 K_U03		
	2	EP4	Student potrafi współpracować w zespole, skutecznie się komunikować i realizować określone role.		K_U02 K_U06 K_U08		
kompetencje społeczne	1	EP5	Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, w szczególności w zakresie rozwiązywania problemów w organizacji związanych z komunikacją oraz zarządzaniem zespołem.		K_K02 K_K03 K_K04		
TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘĆ I KONSULTACJI					Semestr	Liczba godzin zajęć	
						w tym e-learning	
Przedmiot: zarządzanie zespołem							
Forma zajęć: wykład							
1. Zarządzanie zespołem ? przegląd definicji i koncepcji teoretycznych.					6	2	0
2. Specyfika zarządzania zespołami oraz uwarunkowania instytucjonalne: instytucje publiczne, organizacje pozarządowe i przedsiębiorstwa.					6	2	0

3. Problemy ówczesnych mened erów w zarz dzaniu zespołami.		6	2	0	
4. Zarz dzanie zespołem - bycie liderem dla pracowników.		6	3	0	
5. Predyspozycje indywidualne a role w zespole.		6	4	0	
6. Motywowanie i nagradzanie zespołu.		6	2	0	
Forma zaj : wiczenia					
1. Organizacja, jej otoczenie i uwarunkowania.		6	2	0	
2. Analiza pracy zespołów w kontek cie procesów wewn trzorganizacyjnych.		6	2	0	
3. Skuteczny zespół - cechy, struktura i uwarunkowania rozwoju.		6	3	0	
4. Etapy rozwoju zespołu i kontekst zachowa organizacyjnych.		6	2	0	
5. Zespół - jego struktura w zale no ci od specyfiki danej organizacji.		6	3	0	
6. Zarz dzanie zespołem, a ró ne typy przywództwa: ró nice i zale no ci w kontek cie celów projektu.		6	4	0	
7. Zarz dzanie zespołem - przegl d praktyk.		6	4	0	
8. Istota rozwoju kompetencji zespołowych oraz indywidualnych.		6	5	0	
9. Konflikty w zespole i inne problemy zakłócaj ce skuteczn prac zespołu.		6	5	0	
Metody kształcenia	wiczenia, wykład				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5	
	KOLOKWIUM			EP1,EP3,EP4,EP5	
	Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.				
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem uzyskania zaliczenia jest uzyskanie co najmniej oceny 3 z kolokwium oraz oceny 3 z egzaminu.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena ko cowa b dzie liczona jako rednia ocen z egzaminu i wicze .				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	6	zarz dzanie zespołem		Arytmetyczna	
	6	zarz dzanie zespołem [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	6	zarz dzanie zespołem [wykład]	egzamin		
Literatura podstawowa	Piotr Wachowiak (2004): Kierowanie zespołem projektowym , Difin, Warszawa				
	Robert Zegar (2018): Podró mened era : ilustrowany przewodnik po anga uj cej pracy z zespołem, Wydawnictwo Słowa i My li, Lublin				
	Zarz dzanie zespołem: motywacja i działanie (2009): Anna Całek i in., Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Katowice				
Literatura uzupełniają ca	Beata Jamka (2011): Czynniki ludzki we współczesnym przedsi biorstwie : zasób czy kapitał? : od zarz dzania kompetencjami do zarz dzania ró norodno ci , Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa				
	Grzegorz Filipowicz (2019): Zarz dzanie kompetencjami : perspektywa firmowa i osobista, Wolters Kluwer, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	45		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	5		0		

Przygotowanie si do zaj	5	0
Studiowanie literatury	15	0
Udział w konsultacjach	15	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	15	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	