

## Kierunek: Komunikacja i psychologia w biznesie Studia I stopnia

### Pytania kierunkowe

1. Wymień i scharakteryzuj trzy metody wielokryterialne do wspomaganie decyzji.
2. Omów bariery komunikacji interpersonalnej.
3. Wyjaśnij pojęcie heurystyka i podaj jeden przykład jej występowania na płaszczyźnie ekonomicznej.
4. Porównaj zagadnienie psychologii międzykulturowej i kulturowej pod względem: głównych założeń badawczych, przedmiotu badań i problematyki badawczej.
5. Wyjaśnij pojęcie "problem" i przedstaw rodzaje problemów.
6. Omów wybrany model komunikacji (np. Model Lasswella, Model Shannona i Weavera, Model wspólnoty doświadczeń Schramma lub Model Berlo SMCR (Source-Channel-Message-Receiver)).
7. Wyjaśnij w jakim celu w negocjacjach ustalana jest BATNA? Podaj przykłady jej zastosowania.
8. Scharakteryzuj specyfikę badań terenowych.
9. Wymień i scharakteryzuj główne metody badawcze stosowane w neuronauce poznawczej (konsumenckiej).
10. Omów istotę kompetencji i przedstaw przykładowy podział kompetencji.
11. Omów znaczenie obciążeń poznawczych w procesie podejmowania decyzji inwestycyjnych.
12. Przedstaw reguły wywierania wpływu na ludzi według teorii i badań Roberta Cialdiniego.
13. Przedstaw teorię kapitału ludzkiego i omów koncepcję zarządzania kapitałem ludzkim.
14. Scharakteryzuj elementy kultury organizacyjnej i podaj stosowne przykłady.
15. Scharakteryzuj proces badań marketingowych.
16. Podaj i scharakteryzuj przykładowe wskaźniki służące do analizy zachowań konsumentów.
17. Wyjaśnij wpływ globalizacji na relacje biznesowe.
18. Podaj kryteria poprawności formalnej hipotez badawczych według J. Brzezińskiego oraz według Ch. Frankfort-Nachmias i D. Nachmiasa.
19. Omów 3-4 techniki udzielania odpowiedzi w trakcie wywiadów z mediami.
20. Wymień i scharakteryzuj podstawowe rodzaje relacji międzyludzkich w biznesie.
21. Omów następujące zagadnienia: próżniactwo społeczne, facylitacja społeczna, deindywiduacja, myślenie grupowe.
22. Przedstaw międzykulturowy model GLOBE i jego podstawowe założenia.
23. Proszę omówić techniki zdobywania sympatii rozmówcy w autoprezentacji.
24. Proszę omówić wybrane chwytły erystyczne.
25. Omów wybraną technikę manipulacji.
26. Wyjaśnij różnice pomiędzy perswazją a manipulacją.
27. Jakie techniki gromadzenia danych empirycznych zaliczają się do badań terenowych?
28. Omów znaczenie osobowości i temperamentu w budowaniu kariery zawodowej.
29. Przedstaw typowe obszary zarządzania zasobami ludzkimi i omów narzędzia zarządzania zasobami ludzkimi dla wybranej subfunkcji personalnej.
30. Wyjaśnij, odwołując się do przykładów, zjawisko tzw. *psich gwizdków (dogwhistles)*. Dlaczego *psie gwizdki* są przykładem mowy niejawniej?

### **Moduł: Psychologia sprzedaży**

1. Przedstaw techniki wywierania wpływu w procesie sprzedaży wraz z przykładami.
2. Omów zagadnienie międzykulturowości w procesie sprzedaży.
3. Wymień i omów etapy tworzenia planu marketingowego.
4. Wymień i scharakteryzuj rodzaje strategii marketingowych.
5. Przedstaw zagadnienia związane z analizą i oceną działalności sprzedawców.
6. Przedstaw i scharakteryzuj proces sprzedaży wybranego dobra lub usługi.
7. Wymień i omów elementy perswazji.

### **Moduł: Psychologia w zarządzaniu personelem**

1. Scharakteryzuj proces uczenia się dorosłych.
2. Opisz wybrane metody warsztatowe wykorzystywane w procesie szkolenia.
3. Przedstaw główne metody i narzędzia wykorzystywane w analizie kompetencyjnej.
4. Przedstaw potencjalne korzyści dla organizacji wynikające z wdrożenia systemu zarządzania kompetencjami.
5. Przedstaw możliwości wykorzystania testów osobowości w procesie selekcji.
6. Omów znaczenie profilu kompetencyjnego i sposób jego tworzenia.
7. Omów najważniejsze wskaźniki charakteryzujące rynek pracy.

### **Moduł: Zachowania konsumenckie**

1. Wymień i omów podstawowe metryki pomiaru zaangażowania użytkowników serwisów internetowych.
2. Wymień i krótko scharakteryzuj psychologiczne determinanty zachowań nabywców na rynku.
3. Przedstaw, jak powinny być prowadzone badania neuromarketingowe.
4. Omów wymagania jakie nakłada dyrektywa RODO na podmioty gromadzące i przetwarzające dane użytkowników serwisów internetowych.
5. Omów rolę emocji w podejmowaniu decyzji nabywczych przez konsumenta.
6. Omów kwestie etyczne wykorzystania neuromarketingu.
7. Omów czym jest User Journey Map wraz z jej zastosowaniem.

### **Moduł: Zachowania pracowników w zespole**

1. Scharakteryzuj procesy emocjonalne oraz funkcje emocji.
2. Dokonaj charakterystyk technik i narzędzi neuronauki za pomocą których można określić styl przywództwa.
3. Omów znaczenie komunikacji niewerbalnej w biznesie.
4. Przedstaw najczęstsze błędy popełniane przez liderów zespołów. W jaki sposób można ich unikać?
5. Omów sposoby wzmacniające kompetencje współczesnego neurolidera.
6. Scharakteryzuj style komunikowania się i ich wpływ na relacje biznesowe.
7. Przedstaw strategie budowania zaangażowania członków zespołu wraz z korzyściami wynikającymi z posiadania zaangażowanych członków zespołu.