



Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu  
Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

Program studiów  
Dla kierunku  
„Psychologia w Biznesie”  
Studia I Stopnia

Studia: stacjonarne/niestacjonarne  
(wskazać formę lub formy studiów)

Profil: praktyczny  
(ogólnoakademicki / praktyczny)

Rok akademicki 2024/2025

## I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

<b>nazwa kierunku studiów</b>	<b>PSYCHOLOGIA W BIZNESIE</b>	
<b>Poziom kształcenia</b> (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	<b>Studia pierwszego stopnia</b>	
<b>Profil kształcenia</b>	praktyczny	
<b>Forma studiów</b> stacjonarne/niestacjonarne	<b>stacjonarne/niestacjonarne</b>	
<b>Czas trwania studiów (w semestrach)</b>	<b>6</b>	
<b>Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.</b>	<b>180</b>	
<b>Łączna liczba godzin określona w programie studiów</b>	<b>Studia stacjonarne</b> <b>2 888</b>	<b>Studia niestacjonarne</b> <b>2 313</b>
<b>Tytuł zawodowy nadawany absolwentom</b>	<b>licencjat</b>	
<b>Wymiar praktyk zawodowych.</b>	<b>960 godzin</b>	
<b>Język prowadzenia studiów</b>	<b>polski</b>	
<b>Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia</b>	<b>2024</b>	

## II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

symbol efektu	opis efektów uczenia się dla absolwenta studiów I stopnia na kierunku Psychologia w Biznesie	kod uniwersalnej charakterystyki poziomu drugiego dla kwalifikacji na poziomie VI
<b>WIEDZA</b>		
<b>Absolwent zna i rozumie:</b>		
PSB_I_W01	umieszczenie wiedzy z zakresu psychologii oraz nauk o zarządzaniu i jakości-w dziedzinie nauk społecznych z uwzględnieniem różnic perspektywy poszczególnych dyscyplin	P6S_WG, P6S_WK
PSB_I_W02	klasyczne i współczesne teorie naukowe z zakresu psychologii i nauk o zarządzaniu i jakości	P6S_WG
PSB_I_W03	w stopniu zaawansowanym zagadnienia związane z funkcjonowaniem procesów poznawczych i procesów uczenia się	P6S_WG
PSB_I_W04	kluczowe zagadnienia związane z funkcjonowaniem procesów emocjonalnych i motywacyjnych	P6S_WG
PSB_I_W05	fundamentalne zagadnienia z zakresu psychologii różnic indywidualnych oraz klasyczne i współczesne psychologiczne koncepcje osobowości	P6S_WG
PSB_I_W06	zjawiska oraz prawidłowości wyróżniane przez psychologię społeczną oraz ich odniesienia do funkcjonowania społecznego	P6S_WG
PSB_I_W07	w stopniu zaawansowanym charakter interakcji zachodzących między jednostką a organizacją i przedsiębiorstwem należącym do sektora publicznego	P6S_WG
PSB_I_W08	typowe narzędzia komunikacji między człowiekiem a rynkiem	P6S_WG
PSB_I_W09	kluczowe koncepcje funkcjonowania i rozwoju człowieka w małych grupach i organizacjach	P6S_WG
PSB_I_W10	w stopniu zaawansowanym relacje zachodzące między człowiekiem a podmiotami gospodarczymi oraz innymi instytucjami społecznymi stanowiącymi jego bezpośrednie otoczenie	P6S_WG
PSB_I_W11	proces powstawania patologicznych zjawisk zachodzących w organizacjach i sposoby przeciwdziałania im	P6S_WG
PSB_I_W12	uwarunkowania przedsiębiorczości człowieka i czynniki jej sprzyjające	P6S_WK
PSB_I_W13	funkcje i style kierowania ludźmi w organizacji	P6S_WG
PSB_I_W14	pojęcie kultury organizacyjnej i jej wpływ na sprawność działalności indywidualnej i zespołowej	P6S_WG
PSB_I_W15	atraktywność przedsiębiorstwa/organizacji	P6S_WG
PSB_I_W16	zagadnienia związane z narzędziami komunikacji wewnętrznej w organizacji,	P6S_WG
PSB_I_W17	kluczowe koncepcje teorii przedsiębiorstwa dotyczące powstania, funkcjonowania i rozwoju organizacji gospodarczych	P6S_WG, P6S_WK
PSB_I_W18	role i funkcje procesu zarządzania	P6S_WG
PSB_I_W19	typowe metody projektowania i przeprowadzania badań w obszarach działalności przedsiębiorstwa (np. badanie rynku, badanie poziomu jakości produktu)	P6S_WG
PSB_I_W20	rolę i znaczenie struktur organizacyjnych oraz zmiany strukturotwórcze	P6S_WG
PSB_I_W21	funkcje i narzędzia procesu kreowania wizerunku osoby/organizacji	P6S_WG
PSB_I_W22	zasady etyki wykonywania zawodu, w tym podstawowe zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej	P6S_WK
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>		

<b>Absolwent potrafi:</b>		
PSB_I_U01	obserwować zjawiska zachodzące w człowieku, organizacji i otoczeniu oraz krytycznie je analizować i oceniać	P6S_UW
PSB_I_U02	dokonać analizy typowych procesów zachodzących w człowieku i organizacji, również z użyciem narzędzi statystycznych i informatycznych	P6S_UW
PSB_I_U03	wykorzystać oceny, metody, techniki i narzędzia służące do zarządzania ludźmi w organizacjach	P6S_UW
PSB_I_U04	prognozować dynamikę interakcji człowieka w organizacji oraz personalnej struktury organizacji	P6S_UW
PSB_I_U05	określać kryteria i poziom mierników funkcjonowania człowieka w organizacji, jak również samej organizacji	P6S_UW
PSB_I_U06	podejmować decyzje operacyjne i taktyczne oraz ocenić proponowane rozwiązania, w tym dotyczące problemów złożonych i nietypowych	P6S_UW
PSB_I_U07	dokonać analizy zjawisk społecznych	P6S_UW
PSB_I_U08	zastosować odpowiednie metody i narzędzia analityczne oraz systemy i narzędzia informatyczne wspomagające procesy podejmowania decyzji	P6S_UW
PSB_I_U09	wykorzystać wiedzę dotyczącą zachowania ludzi, przepisy prawa oraz systemy znormalizowane przedsiębiorstwa w celu uzasadniania konkretnych działań w kierowaniu organizacją	P6S_UW
PSB_I_U10	posługiwać się językiem obcym również w zakresie nauk społecznych na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P6S_UK
PSB_I_U11	komunikować się z otoczeniem mono- i wielokulturowym, w tym brać udział w debatach	P6S_UK
PSB_I_U12	interpretować wyniki badań społecznych	P6S_UW
PSB_I_U13	prezentować zdobytą wiedzę i umiejętności w mowie i piśmie (również z wykorzystaniem narzędzi informacyjnych), także w formie wystąpienia publicznego i symulacji, z użyciem specjalistycznej terminologii	P6S_UK
PSB_I_U14	adekwatnie interpretować sytuacje społeczne i zachowania ludzkie oraz wpłynąć na ich zmianę	P6S_UW
PSB_I_U15	rozwiązywać sytuacje konfliktowe poprzez właściwe zarządzanie zasobami ludzkimi	P6S_UW
PSB_I_U16	posługiwać się technologiami informacyjnymi w celu gromadzenia, przetwarzania i analizowania danych	P6S_UW
PSB_I_U17	prognozować, planować i realizować projekty wizerunkowe osób oraz organizacji	P6S_UW
PSB_I_U18	zarządzać czasem własnym oraz zespołu	P6S_UO
PSB_I_U19	kierować pracą zespołu oraz współpracować z innymi osobami w pracach zespołowych	P6S_UO
PSB_I_U20	samodzielnie zdobywać i doskonalić wiedzę oraz umiejętności zawodowe przez całe życie	P6S_UU
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>		
<b>Absolwent jest gotów do:</b>		
PSB_I_K01	uznania znaczenia wiedzy naukowej w rozwiązywaniu problemów i krytycznego dystansu wobec własnego stanowiska	P6S_KK
PSB_I_K02	wzięcia odpowiedzialności za powierzone mu zadania	P6S_KO
PSB_I_K03	etycznego postępowania w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych	P6S_KR
PSB_I_K04	uczestniczenia w inicjatywach społecznych	P6S_KO
PSB_I_K05	działania w sposób przedsiębiorczy z uwzględnieniem różnic kulturowych	P6S_KO
PSB_I_K06	dbania o klimat i atmosferę w miejscu pracy	P6S_KR

PSB_I_K07	przyjmowania w relacjach interpersonalnych postawy otwartej z elementami partnerstwa i prawdy	P6S_KO
-----------	---	--------

**III. ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZLAEŻNIE OD FORMY PROWADZENIA WRAZ Z PRZYPISANIEM DO NICH EFEKTÓW UCZEANI SIĘ I TREŚCI PROGRAMOWYCH ZAPEWNIAJĄCYCH UZYSKANIE EFEKTÓW**

**A) PRZYPISANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DO ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALEŻNIE OD FORMY ICH PROWADZENIA**





















SYMBOL EFEKTU	PRZED MIOT	ami w czasie	Psychologia kreatywności w świecie cyfrowym	Psychologia komunikacji z klientem online	Nowoczesne media	Strategie cyfrowego wizerunku i komunikacji	Twórcze
PSYCH_I_W01							
PSYCH_I_W02				x			
PSYCH_I_W03					x		
PSYCH_I_W04							
PSYCH_I_W05					x		
PSYCH_I_W06							
PSYCH_I_W07							
PSYCH_I_W08			x				x
PSYCH_I_W09							
PSYCH_I_W10							
PSYCH_I_W11							
PSYCH_I_W12							
PSYCH_I_W13							
PSYCH_I_W14							
PSYCH_I_W15					x		
PSYCH_I_W16							
PSYCH_I_W17							
PSYCH_I_W18							
PSYCH_I_W19			x				
PSYCH_I_W20			x			x	x
PSYCH_I_W21							
PSYCH_I_W22							
PSYCH_I_U01							
PSYCH_I_U02							
PSYCH_I_U03							
PSYCH_I_U04							
PSYCH_I_U05							
PSYCH_I_U06							x
PSYCH_I_U07							
PSYCH_I_U08							
PSYCH_I_U09							
PSYCH_I_U10						x	
PSYCH_I_U11							x
PSYCH_I_U12							
PSYCH_I_U13			x				
PSYCH_I_U14							
PSYCH_I_U15							
PSYCH_I_U16				x			
PSYCH_I_U17			x			x	
PSYCH_I_U18							
PSYCH_I_U19							
PSYCH_I_U20							
PSYCH_I_K01					x		
PSYCH_I_K02							
PSYCH_I_K03							
PSYCH_I_K04						x	
PSYCH_I_K05			x				
PSYCH_I_K06							
PSYCH_I_K07							

SYMBOL EFEKTU	PRZED MIOT	wykor- zystan- ie social medió w w marke- tingu	Rola i wpływ influe- nceró w w marke- tingu	Psych- ologia twórcz- ości reкла- mowe j w social media ch	Psych- ologia opini- spotec- znych w social
PSYCH_I_W01					
PSYCH_I_W02				x	
PSYCH_I_W03				x	
PSYCH_I_W04		x			
PSYCH_I_W05		x			x
PSYCH_I_W06		x			
PSYCH_I_W07					
PSYCH_I_W08				x	
PSYCH_I_W09				x	
PSYCH_I_W10					
PSYCH_I_W11					
PSYCH_I_W12					
PSYCH_I_W13					
PSYCH_I_W14					
PSYCH_I_W15					
PSYCH_I_W16		x			
PSYCH_I_W17					
PSYCH_I_W18					
PSYCH_I_W19					
PSYCH_I_W20					
PSYCH_I_W21					
PSYCH_I_W22					
PSYCH_I_U01					x
PSYCH_I_U02					
PSYCH_I_U03					
PSYCH_I_U04					
PSYCH_I_U05					
PSYCH_I_U06					x
PSYCH_I_U07			x		
PSYCH_I_U08					
PSYCH_I_U09					
PSYCH_I_U10					
PSYCH_I_U11				x	
PSYCH_I_U12					
PSYCH_I_U13					
PSYCH_I_U14			x		
PSYCH_I_U15					
PSYCH_I_U16					
PSYCH_I_U17				x	
PSYCH_I_U18					
PSYCH_I_U19					
PSYCH_I_U20					
PSYCH_I_K01			x		
PSYCH_I_K02					
PSYCH_I_K03					
PSYCH_I_K04					x
PSYCH_I_K05					
PSYCH_I_K06					
PSYCH_I_K07					x



SYMBOL EFEKTU	PRZED MIOT	media ch	Psych ologia współ pracy z marka mi
PSYCH_I_W01			
PSYCH_I_W02			
PSYCH_I_W03			
PSYCH_I_W04			
PSYCH_I_W05			
PSYCH_I_W06			
PSYCH_I_W07			
PSYCH_I_W08			
PSYCH_I_W09			
PSYCH_I_W10			
PSYCH_I_W11			
PSYCH_I_W12			
PSYCH_I_W13			
PSYCH_I_W14			
PSYCH_I_W15			
PSYCH_I_W16			
PSYCH_I_W17			
PSYCH_I_W18			
PSYCH_I_W19			X
PSYCH_I_W20			
PSYCH_I_W21			X
PSYCH_I_W22			X
PSYCH_I_U01			X
PSYCH_I_U02			
PSYCH_I_U03			
PSYCH_I_U04			
PSYCH_I_U05			
PSYCH_I_U06			
PSYCH_I_U07			
PSYCH_I_U08			
PSYCH_I_U09			
PSYCH_I_U10			
PSYCH_I_U11			
PSYCH_I_U12			
PSYCH_I_U13			
PSYCH_I_U14			
PSYCH_I_U15			X
PSYCH_I_U16			X
PSYCH_I_U17			
PSYCH_I_U18			
PSYCH_I_U19			
PSYCH_I_U20			
PSYCH_I_K01			
PSYCH_I_K02			
PSYCH_I_K03			
PSYCH_I_K04			
PSYCH_I_K05			X
PSYCH_I_K06			
PSYCH_I_K07			

#### IV. PROGRAM STUDIÓW

W ramach studiów I stopnia na kierunku Psychologia w biznesie oferowane są następujące specjalności:

- Psychologia komunikacji, negocjacji i mediacji
- Psychologia sprzedaży i marketingu
- Psychologia rozwoju osobistego
- Psychologia zarządzania zasobami ludzkimi
- Psychologia menedżera
- Psychologia marketingu i social media

#### A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSYCYPLIN NAUKOWYCH

L.p.	Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
1.	Psychologia	71,7
2.	Nauki o zarządzaniu i jakości	28,3

#### B) PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS/Liczba godzin
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	STUDIA STACJONARNE 95,2
	STUDIA NIESTACJONARNE 72,9
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	STUDIA STACJONARNE 104,6
	STUDIA NIESTACJONARNE 90,4
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	6
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	89

Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	38
---	----

### C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Praktyki zawodowe są integralną częścią procesu dydaktycznego, co zgodnie z wymaganiami programowymi dla studiów I stopnia, jest odzwierciedleniem ich zawodowego charakteru. Zgodnie z obowiązującym regulaminem studiów Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu, Wydziału Ekonomicznego w Szczecinie, praktyki zawodowe są obowiązkowe (są przedmiotem).

- **Wymiar praktyk zawodowych**

Szczegóły związane z odbywaniem praktyk określa Dziekan Wydziału. Dla kierunku Psychologia w biznesie I stopnia przewidziane są następujące regulacje: student ma możliwość realizacji praktyki w trakcie całego przebiegu studiów, już od pierwszego roku studiów. Od roku akademickiego 2019/20, zgodnie z regulacjami ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce z dn. 20 lipca 2018, obowiązujący wymiar godzin praktyk na studiach pierwszego stopnia wynosi: 6 miesięcy/24 tygodnie/960 godzin.

- **Zasady i formy odbywania praktyk zawodowych**

- 1) Biuro Karier i Praktyk (dalej: BKiP) jest organizatorem i koordynatorem praktyki zawodowej dla studentów studiów I i II stopnia;
- 2) BKiP wspiera studenta i doradza w zakresie poszukiwania miejsca praktyk;
- 3) BKiP prowadzi monitoring realizowanych praktyk;
- 4) Student ma możliwość zorganizowania praktyki:
  - a) za pośrednictwem BKiP,
  - b) samodzielnie.
- 5) Jeżeli student chce zorganizować praktykę **za pośrednictwem Biura Karier i Praktyk**, zobowiązany jest do:
  - a) wypełnienia deklaracji udostępnionej w Extranecie w wersji elektronicznej lub osobiście w Biurze Karier i Praktyk w wersji papierowej w terminie określonym przez Biuro Karier i Praktyk, nie później niż na 2 tygodnie przed terminem rozpoczęcia praktyk,
  - b) dostarczenia do Biura Karier i Praktyk CV w wersji papierowej lub elektronicznej.
- 6) Jeżeli student chce zorganizować praktykę **samodzielnie**, zobowiązany jest do wypełnienia deklaracji w wersji elektronicznej lub papierowej potwierdzonej przez praktykodawcę w terminie określonym przez Biuro Karier i Praktyk, jednak nie później niż na 2 tygodnie przed terminem rozpoczęcia praktyk.
- 7) Miejsce odbywania praktyki zatwierdza opiekun merytoryczny praktyk wyznaczony przez Dziekana Wydziału. Opiekun merytoryczny w razie wątpliwości co do miejsca odbywania praktyk przeprowadza szczegółową rozmowę ze studentem i opiekunem wyznaczonym ze strony firmy odnośnie kryteriów jakościowych doboru miejsca odbywania praktyk przez studenta oraz infrastruktury i wyposażenia miejsca odbywanych praktyk.
- 8) Po otrzymaniu przez studenta pozytywnej oceny dot. miejsca praktyki zawodowej przez opiekuna merytorycznego, BKiP przygotowuje dokumentację kierującą na praktykę zawodową.
- 9) Praktyka jest realizowana zgodnie z programem praktyk dla danego kierunku studiów.
- 10) Uczelnia nie pokrywa kosztów związanych z praktykami (np. ubezpieczenie NNW, OC, dojazdu, noclegu).
- 11) Student zobowiązany jest do rozliczenia praktyki zawodowej zgodnie z regulaminem praktyk w ciągu dwóch tygodni od dnia zakończenia praktyki zawodowej.

- 12) Dokumentacja z odbytej praktyki podlega ocenie formalnej przez BKiP oraz ocenie merytorycznej przez opiekuna kierunku.
- 13) Opiekun merytoryczny praktyk na podstawie dzienniczka praktyk oraz oceny opiekuna praktyk u praktykodawcy weryfikuje, czy student osiągnął zakładane efekty uczenia się i na tej podstawie zalicza praktykę zawodową.
- 14) Decyzję końcową o zaliczeniu praktyki zawodowej podejmuje Dziekan Wydziału.
- 15) Zaliczenie przez studenta praktyki w pełnym wymiarze jest warunkiem dopuszczenia studenta do egzaminu dyplomowego.

Zasady zaliczania praktyk na podstawie aktywności zawodowej i potwierdzonych efektów uczenia się.

- 1) Na pisemny wniosek student może ubiegać się o częściowe lub całkowite zaliczenie praktyk na podstawie wykonywanej pracy zawodowej trwającej minimum:
  - a) 3 miesiące zatrudnienia (dotyczy studentów, którzy rozpoczęli studia do 30 września 2019 r. oraz wszystkich studentów studiów II stopnia),
  - b) 6 miesięcy zatrudnienia (dotyczy studentów studiów I stopnia, którzy rozpoczęli studia po 01 października 2019 r.).
- 2) O wymiarze zaliczenia praktyk w całości lub części na podstawie wykonywanej pracy zawodowej decyduje Dziekan na podstawie złożonej dokumentacji. Decyzja jest podejmowana w przeciągu 2 tygodni od momentu złożenia w BKiP kompletnej dokumentacji. Przy ustaleniu zmniejszonego wymiaru praktyk brany jest pod uwagę staż pracy oraz jej zgodność z kierunkiem studiów lub specjalnością.
- 3) O zaliczenie praktyk może ubiegać się student, który:
  - a) wykonuje lub wykonywał pracę bądź odbywał staż - w tym przypadku do wniosku należy dołączyć aktualne zaświadczenie o zatrudnieniu lub świadectwo pracy wraz z zakresem obowiązków oraz z potwierdzeniem realizacji efektów uczenia się w wykonywanej pracy zawodowej,
  - b) pracuje (współpracuje) lub pracował (współpracował) w ramach własnej działalności gospodarczej – w tym przypadku do wniosku należy dołączyć zaświadczenie o prowadzeniu działalności gospodarczej wraz z potwierdzeniem realizacji efektów uczenia się w wykonywanej pracy zawodowej oraz aktualny wydruk Centralnej Ewidencji Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG), Biuro Karier i Praktyk umawia studenta na rozmowę z opiekunem merytorycznym praktyk w celu potwierdzenia efektów uczenia się przez opiekuna merytorycznego. W trakcie spotkania, opiekun merytoryczny wypełnia formularz w którym zatwierdza zaliczenie praktyk i efektów uczenia się na podstawie rozmowy i dokumentacji przedstawionej przez studenta.
  - c) wykonuje lub wykonywał inne aktywności zawodowe - w tym przypadku do wniosku należy dołączyć dokument potwierdzający aktywność zawodową (np. referencje, zaświadczenie) oraz potwierdzenie realizacji efektów uczenia się w wykonywanej aktywności zawodowej podpisane przez uprawnioną do tego osobę Studentom będącym pracownikami służb mundurowych w uzasadnionych przypadkach związanych z koniecznością zachowania poufności informacji Dziekan może zaliczyć praktykę bez przekładania wszystkich lub części wymaganych dokumentów.
- 4) W przypadku częściowego zaliczenia praktyk student ma obowiązek zaliczenia pozostałej części zgodnie z programem praktyk, co jest warunkiem dopuszczania studenta do egzaminu dyplomowego.
- 5) W przypadku studentów I stopnia, gdzie wymiar praktyk wynosi 960 godzin, student może wnioskować o zaliczenie częściowe w wymiarze 160 godzin (1 miesiąc) co daje możliwość zaliczenia podstawowych modułów z programu praktyk jakkolwiek aktywnością zawodową. Natomiast 800 godzin należy zrealizować zgodnie z kierunkiem studiów tak, aby student osiągnął efekty uczenia się założone w modułach programowych praktyk.

## D) SPOSOBY WERYFIKACJI OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGANÝCH PRZEZ STUDENTA W TRAKCIE CAŁEGO CYKLU KSZTAŁCENIA

Validacja efektów uczenia się założonych w programie studiów, uszczegółowionych w kartach przedmiotu poprzez przedmiotowe efekty uczenia się, dotyczy trzech obszarów: wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Niektóre z metod weryfikacji efektów uczenia się pozwalają na ocenę w więcej niż jednym obszarze.

Metody weryfikacji oceny efektów uczenia się:

Kategoria	Wiedza	Umiejętności	Kompetencje społeczne
Metody:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Egzamin y ustne – standaryzowane</li> <li>- Egzamin y pisemne – pytania otwarte, testy jedno –, bądź wielokrotnego wyboru, tekst z lukami, mini – testy, zadania, zadania rachunkowe</li> <li>- Ocena prac pisemnych, indywidualnych lub zespołowych, np.: projekty, scenariusze działań, analizy przypadku, symulacje procesów, recenzje artykułów</li> <li>- Ocena prezentacji projektu zespołowego lub indywidualnego w oparciu o prezentacje multimedialne, scenariusze, symulacje etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Egzamin y ustne i pisemne</li> <li>- Obserwacja wykonania zadania lub projektu indywidualnego lub zespołowego</li> <li>- Ocena pracy indywidualnej lub zespołowej podczas zajęć</li> <li>- Ocena aktywności podczas działań praktycznych</li> <li>- Ocena prezentacji/projektu</li> <li>- Obserwacja i analiza prac lub innych wyników działań studenckich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Obserwacja i analiza projektów lub zadań pod kątem gotowości do podejmowania działań zgodnych ze wskazanymi kompetencjami społecznymi,</li> <li>- Obserwacja zachowań i kompetencji społecznych podczas działań praktycznych</li> <li>- Samoocena</li> <li>- Ocena aktywności poza zajęciami – udział w kołach zainteresowań, konferencjach naukowych, konkursach, projektach</li> </ul>

Wskazane metody weryfikacji wykorzystywane są również w trybie zdalnym.

## E) PLANY STUDIÓW





Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

Studia stacjonarne - I stopnia – **Psychologia w biznesie (dla naboru 2024/2025)**

**specjalność: Psychologia sprzedaży i marketingu**

Lp.	Przedmiot	liczba godzin	Rok II						Rok III											
			Sem. 4						Sem. 5			Sem. 6								
			W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS
1	Strategie marketingowe	20	20E																	
2	Psychologiczne mechanizmy zachowań konsumenckich	50	20E	30z																
3	Kompetencje osobiste w sprzedaży	44		34z		10														
4	Zarządzanie sprzedażą	75							32E	28z		15		4						
5	Psychologia komunikacji w sprzedaży	44							28E	16z				2						
6	Psychologia doświadczeń użytkowników (UX)	38								28z		10		3						
7	Reklama w sieciach społecznościowych	52													22E	30z				4
8	Psychologia decyzyjna klientów	60													18E	32z		10		4
9	Projektowanie i język reklamy	44														34z		10		4
	<b>RAZEM</b>	<b>323</b>	<b>40</b>	<b>64</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>60</b>	<b>72</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>40</b>	<b>96</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>12</b>
	<b>RAZEM w semestrze</b>	<b>427</b>	<b>114</b>						<b>157</b>						<b>156</b>					
	<b>ECTS w semestrze</b>	<b>30</b>	<b>9</b>						<b>9</b>						<b>12</b>					
	<b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>	<b>372</b>	<b>104</b>						<b>132</b>						<b>136</b>					



Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

Studia stacjonarne - I stopnia – **Psychologia w biznesie (dla naboru 2024/2025)**

**specjalność: Psychologia rozwoju osobistego**

Lp.	Przedmiot	liczba godzin	Rok II						Rok III											
			Sem. 4						Sem. 5						Sem. 6					
			W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS
1	Komunikacja interpersonalna	20	20E					2												
2	Motywacja w rozwoju osobistym	50	20E	30z				4												
3	Coaching i mentoring w procesie rozwoju i zmiany	44		34z		10		3												
4	Psychologiczne uwarunkowania predyspozycji zawodowych	75							32E	28z		15		4						
5	Inteligencja emocjonalna i odporność psychiczna	44							28E	16z				2						
6	Asertywność - kompetencje, zachowanie i techniki	38								28z		10		3						
7	Stres w pracy i prewencja wypalenia zawodowego	52													22E	30z				4
8	Psychologia pozytywnego myślenia	60													18E	32z		10		4
9	Rozwój kreatywności i inowacyjności	44														34z		10		4
	<b>RAZEM</b>	<b>323</b>	<b>40</b>	<b>64</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>60</b>	<b>72</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>40</b>	<b>96</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>12</b>
	<b>RAZEM w semestrze</b>	<b>427</b>	<b>114</b>						<b>157</b>						<b>156</b>					
	<b>ECTS w semestrze</b>	<b>30</b>	<b>9</b>						<b>9</b>						<b>12</b>					
	<b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>	<b>372</b>	<b>104</b>						<b>132</b>						<b>136</b>					

Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

Studia stacjonarne - I stopnia – **Psychologia w biznesie (dla naboru 2024/2025)**

**specjalność: Psychologia zarządzania zasobami ludzkimi**

Lp.	Przedmiot	liczba godzin	Rok II						Rok III											
			Sem. 4						Sem. 5						Sem. 6					
			W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS
1	Komunikacja interpersonalna	20	20E					2												
2	Metody rekrutacji, selekcji i adaptacji pracowników	50	20E	30z				4												
3	Przywództwo i kierowanie w organizacji	44		34z		10		3												
4	Zarządzanie konfliktem w organizacji	75							32E	28z		15		4						
5	Kultura organizacyjna	44							28E	16z				2						
6	Zarządzanie stresem w zespołach	38								28z		10		3						
7	Stres w pracy i prewencja wypalenia zawodowego	52													22E	30z				4
8	Zarządzanie różnorodnością zasobów ludzkich	60													18E	32z		10		4
9	Psychospołeczne aspekty zarządzania zasobami ludzkimi	44														34z		10		4
<b>RAZEM</b>		<b>323</b>	<b>40</b>	<b>64</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>60</b>	<b>72</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>40</b>	<b>96</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>12</b>
<b>RAZEM w semestrze</b>		<b>427</b>	<b>114</b>						<b>157</b>						<b>156</b>					
<b>ECTS w semestrze</b>		<b>30</b>	<b>9</b>						<b>9</b>						<b>12</b>					
<b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>		<b>372</b>	<b>104</b>						<b>132</b>						<b>136</b>					

Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie  
 Studia stacjonarne - I stopnia – **Psychologia w biznesie (dla naboru 2024/2025)**

**specjalność: Psychologia menedżera**

Lp.	Przedmiot	liczba godzin	Rok II						Rok III											
			Sem. 4						Sem. 5						Sem. 6					
			W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS
1	Psychologia procesów kadrowych	20	20E					2												
2	Motywacja i motywowanie	50	20E	30z				4												
3	Zarządzanie zespołem	44		34z		10		3												
4	Metody i techniki pracy menedżera	75							32E	28z		15		4						
5	Psychologia konfliktu	44							28E	16z				2						
6	Psychologia delegowania obowiązków	38								28z		10		3						
7	Zarządzanie sobą i działaniami w czasie	52													22E	30z				4
8	Psychologia zmiany organizacyjnej	60													18E	32z		10		4
9	Psychologia oceny pracownika	44														34z		10		4
	<b>RAZEM</b>	<b>323</b>	<b>40</b>	<b>64</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>60</b>	<b>72</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>40</b>	<b>96</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>12</b>
	<b>RAZEM w semestrze</b>	<b>427</b>	<b>114</b>						<b>157</b>						<b>156</b>					
	<b>ECTS w semestrze</b>	<b>30</b>	<b>9</b>						<b>9</b>						<b>12</b>					
	<b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>	<b>372</b>	<b>104</b>						<b>132</b>						<b>136</b>					

Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie  
 Studia stacjonarne - I stopnia – **Psychologia w biznesie (dla naboru 2024/2025)**

**specjalność: Psychologia marketingu i social media**

Lp.	Przedmiot	liczba godzin	Rok II						Rok III											
			Sem. 4						Sem. 5						Sem. 6					
			W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS
1	Psychologia komunikacji z konsumentem online	20	20E					2												
2	Psychologia kreacji marki w świecie cyfrowym	50	20E	30z				4												
3	Nowoczesne media	44		34z		10		3												
4	Twórcze wykorzystanie social mediów w marketingu	75							32E	28z		15		4						
5	Strategie cyfrowego wizerunku i komunikacji	44							28E	16z				2						
6	Rola i wpływ influencerów w marketingu	38								28z		10		3						
7	Psychologia twórczości reklamowej w social mediach	52														22E	30z			4
8	Psychologia opinii społecznych w social mediach	60														18E	32z		10	4
9	Psychologia współpracy z markami	44															34z		10	4
	<b>RAZEM</b>	<b>323</b>	<b>40</b>	<b>64</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>60</b>	<b>72</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>40</b>	<b>96</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>12</b>
	<b>RAZEM w semestrze</b>	<b>427</b>	<b>114</b>						<b>157</b>						<b>156</b>					
	<b>ECTS w semestrze</b>	<b>30</b>	<b>9</b>						<b>9</b>						<b>12</b>					
	<b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>	<b>372</b>	<b>104</b>						<b>132</b>						<b>136</b>					



Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

Studia niestacjonarne - I stopnia – **Psychologia w biznesie (dla naboru 2024/2025)**

**specjalność: Psychologia komunikacji, negocjacji i mediacji**

Lp.	Przedmiot	liczba godzin	Rok II						Rok III																
			Sem. 4						Sem. 5						Sem. 6										
			W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS					
1	Organizacyjne i prawne aspekty prowadzenia mediacji	12	12E																						
2	Psychologia Konfliktu	31		21z		10																			
3	Mediacje Cywilne i Gospodarcze	30	12E	18z																					
4	Techniki negocjacji handlowych	48							15E	18z		15		4											
5	Kulturowe aspekty negocjacji i mediacji	21							12E	9z				2											
6	Psychologia relacji biznesowych	28								18z		10		3											
7	Komunikacja interpersonalna	27													15E	12z								4	
8	Wpływ różnice kulturowych na komunikację i negocjacje	40													9E	21z		10						4	
9	Psychologia komunikacji biznesowej	34														24z		10						4	
	<b>RAZEM</b>	<b>197</b>	<b>24</b>	<b>39</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>27</b>	<b>45</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>24</b>	<b>57</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>12</b>
	<b>RAZEM w semestrze</b>	<b>271</b>	<b>73</b>						<b>97</b>						<b>101</b>										
	<b>ECTS w semestrze</b>	<b>30</b>	<b>9</b>						<b>9</b>						<b>12</b>										
	<b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>	<b>216</b>	<b>63</b>						<b>72</b>						<b>81</b>										

Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

Studia niestacjonarne - I stopnia – **Psychologia w biznesie (dla naboru 2024/2025)**

**specjalność: Psychologia sprzedaży i marketingu**

Lp.	Przedmiot	liczba godzin	Rok II						Rok III												
			Sem. 4						Sem. 5			Sem. 6									
			W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS	
1	Strategie marketingowe	12	12E																		
2	Psychologiczne mechanizmy zachowań konsumenckich	30	12E	18z																	
3	Kompetencje osobiste w sprzedaży	31		21z		10															
4	Zarządzanie sprzedażą	48							15E	18z		15		4							
5	Psychologia komunikacji w sprzedaży	21							12E	9z				2							
6	Psychologia doświadczeń użytkowników (UX)	28								18z		10		3							
7	Reklama w sieciach społecznościowych	27													15E	12z					4
8	Psychologia decyzyjna klientów	40													9E	21z		10			4
9	Projektowanie i język reklamy	34														24z		10			4
	<b>RAZEM</b>	<b>197</b>	<b>24</b>	<b>39</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>27</b>	<b>45</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>24</b>	<b>57</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	
	<b>RAZEM w semestrze</b>	<b>271</b>	<b>73</b>						<b>97</b>						<b>101</b>						
	<b>ECTS w semestrze</b>	<b>30</b>	<b>9</b>						<b>9</b>						<b>12</b>						
	<b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>	<b>216</b>	<b>63</b>						<b>72</b>						<b>81</b>						

Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

Studia niestacjonarne - I stopnia – Psychologia w biznesie (dla naboru 2024/2025)

specjalność: Psychologia rozwoju osobistego

Lp.	Przedmiot	liczba godzin	Rok II						Rok III											
			Sem. 4						Sem. 5						Sem. 6					
			W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS
1	Komunikacja interpersonalna	12	12E				2													
2	Motywacja w rozwoju osobistym	30	12E	18z			4													
3	Coaching i mentoring w procesie rozwoju i zmiany	31		21z		10	3													
4	Psychologiczne uwarunkowania predyspozycji zawodowych	48						15E	18z		15	4								
5	Inteligencja emocjonalna i odporność psychiczna	21						12E	9z			2								
6	Asertywność - kompetencje, zachowanie i techniki	28							18z		10	3								
7	Stres w pracy i prewencja wypalenia zawodowego	27												15E	12z					4
8	Psychologia pozytywnego myślenia	40												9E	21z		10			4
9	Rozwój kreatywności i inowacyjności	34													24z		10			4
	<b>RAZEM</b>	<b>197</b>	<b>24</b>	<b>39</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>27</b>	<b>45</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>24</b>	<b>57</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>12</b>
	<b>RAZEM w semestrze</b>	<b>271</b>	<b>73</b>						<b>97</b>						<b>101</b>					
	<b>ECTS w semestrze</b>	<b>30</b>	<b>9</b>						<b>9</b>						<b>12</b>					
	<b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>	<b>216</b>	<b>63</b>						<b>72</b>						<b>81</b>					



Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

Studia niestacjonarne - I stopnia – **Psychologia w biznesie (dla naboru 2024/2025)**

**specjalność: Psychologia zarządzania zasobami ludzkimi**

Lp.	Przedmiot	liczba godzin	Rok II						Rok III											
			Sem. 4						Sem. 5						Sem. 6					
			W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS
1	Komunikacja interpersonalna	12	12E					2												
2	Metody rekrutacji, selekcji i adaptacji pracowników	30	12E	18z				4												
3	Przywództwo i kierowanie w organizacji	31		21z		10		3												
4	Zarządzanie konfliktem w organizacji	48							15E	18z		15		4						
5	Kultura organizacyjna	21							12E	9z				2						
6	Zarządzanie stresem w zespołach	28								18z		10		3						
7	Stres w pracy i prewencja wypalenia zawodowego	27													15E	12z				4
8	Zarządzanie różnorodnością zasobów ludzkich	40													9E	21z		10		4
9	Psychospołeczne aspekty zarządzania zasobami ludzkimi	34														24z		10		4
<b>RAZEM</b>		<b>197</b>	<b>24</b>	<b>39</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>27</b>	<b>45</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>24</b>	<b>57</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>12</b>
<b>RAZEM w semestrze</b>		<b>271</b>	<b>73</b>						<b>97</b>						<b>101</b>					
<b>ECTS w semestrze</b>		<b>30</b>	<b>9</b>						<b>9</b>						<b>12</b>					
<b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>		<b>216</b>	<b>63</b>						<b>72</b>						<b>81</b>					

Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie  
 Studia niestacjonarne - I stopnia – **Psychologia w biznesie (dla naboru 2024/2025)**

**specjalność: Psychologia menedżera**

Lp.	Przedmiot	liczba godzin	Rok II						Rok III											
			Sem. 4						Sem. 5						Sem. 6					
			W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS
1	Psychologia procesów kadrowych	12	12E					2												
2	Motywacja i motywowanie	30	12E	18z				4												
3	Zarządzanie zespołem	31		21z		10		3												
4	Metody i techniki pracy menedżera	48							15E	18z		15		4						
5	Psychologia konfliktu	21							12E	9z				2						
6	Psychologia delegowania obowiązków	28								18z		10		3						
7	Zarządzanie sobą i działaniami w czasie	27													15E	12z				4
8	Psychologia zmiany organizacyjnej	40													9E	21z		10		4
9	Psychologia oceny pracownika	34														24z		10		4
	<b>RAZEM</b>	<b>197</b>	<b>24</b>	<b>39</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>27</b>	<b>45</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>24</b>	<b>57</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>12</b>
	<b>RAZEM w semestrze</b>	<b>271</b>	<b>73</b>						<b>97</b>						<b>101</b>					
	<b>ECTS w semestrze</b>	<b>30</b>	<b>9</b>						<b>9</b>						<b>12</b>					
	<b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>	<b>216</b>	<b>63</b>						<b>72</b>						<b>81</b>					

Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie  
 Studia niestacjonarne - I stopnia – **Psychologia w biznesie (dla naboru 2024/2025)**

**specjalność: Psychologia marketingu i social media**

Lp.	Przedmiot	liczba godzin	Rok II						Rok III											
			Sem. 4						Sem. 5						Sem. 6					
			W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS
1	Psychologia komunikacji z konsumentem online	12	12E																	
2	Psychologia kreacji marki w świecie cyfrowym	30	12E	18z																
3	Nowoczesne media	31		21z		10														
4	Twórcze wykorzystanie social mediów w marketingu	48							15E	18z		15		4						
5	Strategie cyfrowego wizerunku i komunikacji	21							12E	9z				2						
6	Rola i wpływ influencerów w marketingu	28								18z		10		3						
7	Psychologia twórczości rekalmowej w social mediach	27													15E	12z				4
8	Psychologia opinii społecznych w social mediach	40													9E	21z		10		4
9	Psychologia współpracy z markami	34														24z		10		4
	<b>RAZEM</b>	<b>197</b>	<b>24</b>	<b>39</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>27</b>	<b>45</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>24</b>	<b>57</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>12</b>
	<b>RAZEM w semestrze</b>	<b>271</b>	<b>73</b>						<b>97</b>						<b>101</b>					
	<b>ECTS w semestrze</b>	<b>30</b>	<b>9</b>						<b>9</b>						<b>12</b>					
	<b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>	<b>216</b>	<b>63</b>						<b>72</b>						<b>81</b>					

