



Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu
Wydział Finansów i Bankowości

Program studiów
dla kierunku
Psychologia w biznesie
studia II stopnia

Studia: stacjonarne/niestacjonarne

Profil: praktyczny

Rok akademicki 2025/2026

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

nazwa kierunku studiów	Psychologia w biznesie	
Poziom kształcenia (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	Studia drugiego stopnia	
Profil kształcenia	praktyczny	
Forma studiów stacjonarne/niestacjonarne	Stacjonarne/niestacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	4	
Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.	120	
Łączna liczba godzin określona w programie studiów	Studia stacjonarne 3002	Studia niestacjonarne 3002
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister	
Wymiar praktyk zawodowych.	480	
Język prowadzenia studiów	polski	
Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2025	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Efekty uczenia się	kod charakterystyki poziomu drugiego dla kwalifikacji na poziomie VII
Wiedza	Absolwent zna i rozumie:	
PSYCH_II_W01	terminologię używaną w psychologii, rozumiejąc jej źródła i sposoby zastosowania w obrębie pokrewnych dyscyplin naukowych oraz wybrane współczesne koncepcje psychologiczne, a także metodologiczne i przedmiotowe powiązania psychologii z innymi pokrewnymi dyscyplinami naukowymi	P7S_WG
PSYCH_II_W02	wybrane współczesne koncepcje z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz konieczność poddawania ich krytycznej analizie	P7S_WG
PSYCH_II_W03	procesy komunikacji interpersonalnej oraz psychologiczne mechanizmy regulujące zachowania społeczne jednostek i małych grup społecznych	P7S_WG
PSYCH_II_W04	zasady i narzędzia pozwalające na tworzenie efektywnych zespołów	P7S_WG
PSYCH_II_W05	różne ujęcia i uwarunkowania funkcjonowania i rozwoju człowieka oraz możliwości wspierania jego dobrostanu, ze szczególnym uwzględnieniem obszaru zawodowego	P7S_WG
PSYCH_II_W06	koncepcje uczenia się osób dorosłych i podmiotowe oraz organizacyjne uwarunkowania tego procesu	P7S_WG
PSYCH_II_W07	uwarunkowania dobrostanu i efektywności pracowników w organizacji	P7S_WG
PSYCH_II_W08	mechanizmy funkcjonowania człowieka w systemie ekonomicznym, tj. jako kształtującego ten system i będącego podmiotem jego oddziaływań	P7S_WG
PSYCH_II_W09	wybrane koncepcje przywództwa, modele i style przywództwa oraz ich uwarunkowania	P7S_WG
PSYCH_II_W10	metody analizy strategicznej organizacji i jej otoczenia	P7S_WG
PSYCH_II_W11	zasady tworzenia i rozwoju przedsiębiorczości	P7S_WK
PSYCH_II_W12	możliwości wynikające z cyfrowej transformacji procesów społecznych, komunikacyjnych i gospodarczych	P7S_WG, P7S_WK
PSYCH_II_W13	zasady projektowania i prowadzenia badań społecznych, a w szczególności metodologię badań psychologicznych, zastosowania statystyki w psychologii, a także wybrane metody pomiaru zjawisk psychologicznych, społecznych i organizacyjnych	P7S_WG
PSYCH_II_W14	podstawowe pojęcia z zakresu ochrony własności intelektualnej	P7S_WK
PSYCH_II_W15	zasady etyki w biznesie oraz ideę społecznej odpowiedzialności biznesu	P7S_WK

Umiejętności	Absolwent potrafi:	
PSYCH_II_U01	nawiązywać kontakt i efektywnie komunikować się z inną osobą i grupą osób, aktywnie słuchać, udzielać informacji zwrotnych	P7S_UK
PSYCH_II_U02	interpretować zachowania jednostek i relacje interpersonalne oraz analizować źródła sukcesów i porażek realizowanych przez siebie zadań	P7S_UW
PSYCH_II_U03	identyfikować role w pracy zespołu, fazy rozwoju zespołu, wskazać bariery komunikacyjne utrudniające pracę zespołu, jak i dysfunkcje jego funkcjonowania oraz proponować konstruktywne działania naprawcze	P7S_UW
PSYCH_II_U04	animować pracę nad rozwojem ludzi dorosłych, ze szczególnym uwzględnieniem rozwoju osobistego i zawodowego	P7S_UW
PSYCH_II_U05	identyfikować zasoby i procesy sprzyjające zwiększeniu dobrostanu jednostki oraz wzmacniające możliwości konstruktywnego radzenia sobie ze stresem czy kryzysem oraz formułować rekomendacje w tym zakresie	P7S_UW
PSYCH_II_U06	analizować, wyjaśniać i przewidywać zachowania konsumentów dóbr i usług w różnych zadaniach i sytuacjach	P7S_UW
PSYCH_II_U07	identyfikować, analizować i interpretować zjawiska oraz procesy w organizacji i w otoczeniu organizacji, w tym także złożone i nietypowe	P7S_UW
PSYCH_II_U08	identyfikować zasoby i procesy sprzyjające wdrażaniu oraz rozwojowi pozytywnych relacji interpersonalnych w organizacji oraz formułować rekomendacje w tym zakresie	P7S_UW
PSYCH_II_U09	inicjować działalność gospodarczą przedsiębiorstw, a także działalność organizacji nienastawionych na zysk	P7S_UW
PSYCH_II_U10	dokonać całościowej diagnozy sytuacji w przedsiębiorstwie oraz analizy i krytycznej oceny możliwych wariantów strategii	P7S_UW
PSYCH_II_U11	podejmować decyzje strategiczne w oparciu o analizę informacji z makro i mikrootoczenia	P7S_UW
PSYCH_II_U12	wykorzystywać potencjał technologii cyfrowych w działalności profesjonalnej	P7S_UW
PSYCH_II_U13	zaprojektować i przeprowadzić badanie naukowe (sformułować problem, pytania lub hipotezy, dokonać ich operacjonalizacji i zweryfikować przy użyciu odpowiednich metod)	P7S_UW
PSYCH_II_U14	dokonać analizy wyników badań naukowych, korzystając z odpowiednich metod i narzędzi	P7S_UW
PSYCH_II_U15	prezentować zdobytą wiedzę i umiejętności w mowie i piśmie z wykorzystaniem specjalistycznej terminologii oraz technologii informacyjno-komunikacyjnych	P7S_UW, P7S_UK
PSYCH_II_U16	posługiwać się językiem obcym również w zakresie dziedziny nauk społecznych na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P7S_UK

PSYCH_II_U17	określić priorytety, planować i organizować zadania oraz brać odpowiedzialność za ich realizację	P7S_UO
PSYCH_II_U18	współpracować z innymi osobami w pracach zespołowych oraz kierować pracą zespołu	P7S_UO
PSYCH_II_U19	samodzielnie uczyć się, zdobywać i aktualizować wiedzę oraz umiejętności zawodowe przez całe życie, a także inspirować i zachęcać innych w tym zakresie	P7S_UU
PSYCH_II_U20	wykorzystać zdobytą wiedzę teoretyczną i własne obserwacje do analizowania psychologicznego i społecznego funkcjonowania człowieka, a także do podejmowania i wspierania działań przedsiębiorczych oraz innowacyjnych	P7S_UW
Kompetencje społeczne	Absolwent jest gotów do:	
PSYCH_II_K01	poszukiwania informacji na temat praktycznego zastosowania swojej wiedzy i umiejętności z zakresu psychologii, inicjowania działania na rzecz środowiska społecznego, a także do współpracy i współdziałania ze specjalistami i niespecjalistami, zarówno podczas pracy indywidualnej, jak i zespołowej	P7S_KO
PSYCH_II_K02	przestrzegania i rozwijania etycznego aspektu podejmowanych przez siebie działań w ramach pełnionych ról społecznych i organizacyjnych	P7S_KR
PSYCH_II_K03	krytycznej analizy i oceny wyników działań wdrożeniowych, badań naukowych oraz weryfikacji ich popularnonaukowych omówień	P7S_KK
PSYCH_II_K04	refleksyjnego stosowania praktycznej wiedzy z obszaru psychologii i zarządzania, w tym do rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów	P7S_KK
PSYCH_II_K05	refleksyjnej analizy i konstruktywnej zmiany własnych, niefunkcjonalnych zachowań i sposobów komunikowania się z innymi	P7S_KK

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

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

Symbol efektu	Praktyka zawodowa	Metodyka pracy magisterskiej	Seminarium magisterskie	BHP	Psychologia człowieka dorosłego	Psychologia ekonomiczna	Zarządzanie zespołem	Technologie cyfrowe w biznesie	Zarządzanie strategiczne	Analiza transakcyjna	Psychologia pozytywna	Warsztaty badawcze	Psychopatologia	Etyka w biznesie	Leadership (ang)	Business Communication Skills (ang)	Osobowościowe i środowiskowe wyznaczniki zachowania	Psychologia perswazji i wpływu społecznego	Kręgi kulturowe świata i wielokulturowość	Poradnictwo psychologiczne w środowisku pracy
Wiedza																				
PSYCH_II_W01			x		x	x							x	x			x	x		
PSYCH_II_W02			x	x					x					x	x					
PSYCH_II_W03						x	x			x					x	x	x	x	x	x
PSYCH_II_W04										x					x				x	
PSYCH_II_W05					x	x					x		x				x		x	x
PSYCH_II_W06					x															
PSYCH_II_W07				x			x				x			x	x				x	
PSYCH_II_W08						x														x
PSYCH_II_W09							x		x						x					
PSYCH_II_W10									x											
PSYCH_II_W11					x	x														
PSYCH_II_W12						x		x	x											
PSYCH_II_W13	x	x	x						x		x	x								
PSYCH_II_W14		x	x											x						
PSYCH_II_W15	x			x					x			x		x					x	x
Umiejętności																				
PSYCH_II_U01	x						x			x	x								x	x
PSYCH_II_U02	x				x	x	x			x	x		x				x			
PSYCH_II_U03							x												x	x
PSYCH_II_U04					x					x	x									x
PSYCH_II_U05					x		x			x			x				x			x
PSYCH_II_U06						x												x		
PSYCH_II_U07	x			x		x			x		x		x		x			x		

PSYCH_II_U08							x			x	x								
PSYCH_II_U09															x				x
PSYCH_II_U10				x					x										
PSYCH_II_U11									x										x
PSYCH_II_U12								x					x						
PSYCH_II_U13		x	x										x						
PSYCH_II_U14		x	x									x	x						
PSYCH_II_U15	x	x	x		x							x			x	x			
PSYCH_II_U16			x												x	x			
PSYCH_II_U17	x		x									x							
PSYCH_II_U18									x						x				
PSYCH_II_U19							x			x							x		
PSYCH_II_U20			x	x	x	x			x				x				x		
Kompetencje społeczne																			
PSYCH_II_K01			x	x	x			x		x								x	x
PSYCH_II_K02	x	x		x	x		x			x	x	x		x				x	
PSYCH_II_K03			x			x		x			x	x		x					
PSYCH_II_K04						x	x	x	x		x		x	x			x		
PSYCH_II_K05					x		x			x			x			x			x

**B) ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ ORAZ TREŚCI PROGRAMOWE ZAPEWNIAJĄCE
UZYSKANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ	TREŚCI PROGRAMOWE
Psychologia człowieka dorosłego	Cykl rozwojowy człowieka; Rozwój poznawczy i społeczny; Dydaktyczne i psychologiczne podstawy andragogiki; Indywidualny i społeczny wymiar edukacji ustawicznej; Zarządzanie własnym rozwojem; Autokreacja i samokształtowanie
Psychologia ekonomiczna	Zastosowanie psychologii do wyjaśniania zachowań ekonomicznych; Racjonalność i nieracjonalność w ekonomii; Pieniądz w psychologii; Decyzje finansowe; Ryzyko decyzji finansowych; Psychologia w oszczędzaniu, ubezpieczaniu się, płaceniu podatków; Psychologia w inwestowaniu; Ekonomia szczęścia; Terapia finansowa i doradztwo finansowe; Projektowanie treningu inteligencji finansowej
Technologie cyfrowe w biznesie	Ekosystem mediów i technologii cyfrowych oraz jego znaczenie w biznesie; Koncepcje i modele biznesu cyfrowego i przemysłu 4.0; Istota i uwarunkowania cyfrowej gospodarki; Technologie cyfrowe w zarządzaniu przedsiębiorstwem, marketingu i sprzedaży, PR, HR i EB
Zarządzanie strategiczne	Strategia; poziomy strategii; cechy skutecznej strategii; Analiza makrootoczenia i mikrootoczenia; Analiza zasobów, umiejętności oraz potencjału strategicznego przedsiębiorstwa; Formułowanie strategii; Strategia korporacyjna, strategia dywersyfikacji, analiza portfelowa; Źródła przewagi konkurencyjnej; Implementacja strategii
Zarządzanie zespołem	Budowania zespołu; motywowania zespołu, zwiększania jego efektywności oraz rozwiązywania konfliktów między pracownikami z wykorzystaniem wiedzy psychologicznej; fazy rozwoju grupy; podstawy procesu grupowego; klasyfikacja ról grupowych; adekwatny styl zarządzania do danej sytuacji w zespole; źródła konfliktów w zespole oraz sposoby radzenia sobie z nimi; diagnozowanie poziomu motywacji członków zespołu oraz zastosowanie różnych technik motywacyjnych w celu podnoszenia efektywności i zaangażowania zespołu.
Analiza transakcyjna	Filozoficzne i teoretyczne założenia koncepcji; Kluczowe idee i podstawowe pojęcia AT; Narzędzia zmiany; Zastosowania AT w praktyce: w edukacji i organizacjach; Pozycje życiowe; Modele Ja; Definicje, rodzaje i funkcje transakcji; Znaki rozpoznania; Gry psychologiczne; Strukturalizacja czasu i jej znaczenie dla osobistego i zawodowego funkcjonowania człowieka; AT w organizacji
Psychologia pozytywna	Prekursorzy psychologii pozytywnej; Różnice między p.p. a innymi subdyscyplinami psychologii; Konceptualizacja szczęścia; Współczesne teorie szczęścia; Uwarunkowania i korelaty dobrostanu; Szczęście w kulturze; Psychologia pozytywna w biznesie; Pomiar szczęścia, zadowolenia, satysfakcji; Aktywność intencjonalna a szczęście; Pozytywne interwencje psychologiczne; Psychologia pozytywna w praktyce coacha i trenera biznesu
Osobowościowe i sytuacyjne wyznaczniki zachowania	Cechy fizyczne środowiska a zachowanie; Kontekst społeczny i identyfikacja z grupami społecznymi; Ustosunkowanie do innych ludzi; Władza i podleganie władzy; Wartości, interesy, przekonania oraz cechy a zachowanie; Problemy z racjonalnością; Mechanizm samokontroli
Psychologia perswazji i wpływu społecznego	Komunikacja międzyludzka a wpływ społeczny; Formy wpływu społecznego: perswazja, manipulacja, argumentacja, motywacja; Cele i motywacje związane z wywieraniem wpływu społecznego; Proces wywierania wpływu a proces zmiany i podejmowania decyzji; Reguły wywierania wpływu. Czynniki wpływu społecznego; Strategie, techniki i narzędzia wywierania wpływu; Kompetencja perswazyjna; Taktyki kontraperswazji i antymanipulacji
Warsztaty badawcze	Rodzaje metod badawczych; Zasady etyczne w procesie badawczym; Formułowanie problemu i celu badań, stawianie pytań i hipotez; Zmienne i ich wskaźniki; Zasady konstrukcji narzędzia w badaniach ilościowych; Problematyka doboru próby; Projektowanie badań eksperymentalnych; Projektowanie FGI i IDI,

	wykorzystanie technik projekcyjnych; Analiza statystyczna danych; Analiza danych jakościowych; Wykorzystanie obserwacji jawnej i ukrytej
Psychopatologia	Pojęcie zaburzenia. Modele klasyfikacji zaburzeń. Klasyfikacje Amerykańskiego Towarzystwa Psychiatrycznego i Światowej Organizacji Zdrowia. Biologiczne i psychologiczne koncepcje zaburzeń psychicznych.
Etyka w biznesie	Etyka i jej przedmiot; Normy moralne i prawne; Etyka teoretyczna i stosowana; Podstawowe pojęcia z zakresu etyki; Standardy etyczne dobrego menedżera; Pożądane cechy charakteru i metody zarządzania personelem firmy; Przywództwo etyczne; Etyka pracy – prawa i obowiązki pracowników; Dylematy społecznej odpowiedzialności przedsiębiorców (problem bezrobocia, ochrony środowiska naturalnego itd.); Etyka negocjacji: główne dylematy etyczne; Taktyki manipulacyjne; Kłamstwo w negocjacjach i strategia jego wykrywania; Konsekwencje nieetycznych zachowań; Kodeksy etyczne i standardy zawodowe.
Leadership (przedmiot w jęz. angielskim)	Leadership and management; Leadership theories and situational leadership model; Traits, predispositions and competencies of a good leader; Management/leading styles; Leadership and change management; Leadership and organizational culture; Self-diagnosis od leadership competence; Self-development planning
Business Communication Skills (przedmiot w jęz. angielskim)	Understanding the foundations of business communication; Business communication and credibility in business settings; Internal and external business communication; Cultural awareness in business communication
Metodyka pracy magisterskiej	Określenie obszaru, struktury pracy i problemu badawczego; Cele pracy i hipoteza badawcza; Zasady korzystania ze źródeł i przestrzegania praw autorskich; Generowanie przykładowych problemów/pytań, teoretycznie uzasadnionych hipotez oraz sposobów ich weryfikacji; Podstawowe zasady i dylematy prowadzenia badań
Seminarium magisterskie	Podstawowe metodologiczne i etyczne zasady prowadzenia badań naukowych; Odniesienie problematyki pracy magisterskiej do różnych obszarów wiedzy teoretycznej i badań empirycznych w psychologii i zarządzaniu; Omówienie podstaw teoretycznych pracy i krytycznej analizy literatury przedmiotu, wykorzystanie tej wiedzy w procesie formułowania pytań i hipotez badawczych; Sformułowanie problemu pracy z uzasadnieniem jego wartości poznawczej i praktycznej; Przedstawienie pytań i hipotez badawczych z uzasadnieniem tych ostatnich przez odwołanie się do zebranej literatury; Prezentacja konspektów pracy; Rodzaje i zastosowanie narzędzi badawczych. Mocne i słabe strony stosowanych narzędzi; Dobór metody statystycznej analizy danych a pytania i hipotezy badawcze; Formalne standardy sposobu redagowania tekstu i graficznej prezentacji pracy magisterskiej; Przestrzeganie zasad poszanowania własności intelektualnej; Struktura pracy; Standardy prezentacji treści pracy badawczej
BHP	Przepisy BHP; Ergonomia pracy biurowej; Ocena ryzyka; Systemy zarządzania BHP; Pierwsza pomoc; Ochrona przeciwpożarowa
Kręgi kulturowe świata i wielokulturowość	Podstawowe pojęcia związane z kulturą i cywilizacją; ważniejsze teorie przemian kulturowych we współczesnym świecie; podstawowe standardy zachowań w różnych kręgach kulturowych, zasady funkcjonowania obowiązujące w różnych kręgach kulturowych, konwencje międzynarodowe dotyczące stosunków kulturalnych, komunikowanie międzynarodowe. Uwarunkowania współpracy kulturalnej we współczesnym świecie.
Poradnictwo psychologiczne w środowisku pracy	Oddziaływania indywidualne i grupowe w procesie pomagania. Cele poradnictwa psychologicznego w miejscu pracy. Kontrakt w procesie pomagania. Wymiar praktyczny i teoretyczny pracy z klientem.
Przedmioty specjalnościowe	<u>Trener biznesu</u> : Warsztat umiejętności trenera; Psychologia małych grup – procesy grupowe; Projektowanie procesu szkoleniowego; Prowadzenie szkoleń metodą warsztatową; Coaching w pracy trenera; Prowadzenie biznesu szkoleniowego; Rozwój umiejętności interpersonalnych trenera biznesu; Nowe formy prowadzenia szkoleń

	<u>Psychologia sprzedaży:</u> Trening praktycznych umiejętności negocjatora; Zarządzanie sprzedażą; Psychologia reklamy online; Psychologiczne aspekty tworzenia marki; Techniki sprzedaży; Kompetencje osobiste w sprzedaży; Zarządzanie konfliktem w sprzedaży; Negocjacje międzynarodowe w biznesie <u>HR Business Partner:</u> Psychologia decyzji personalnych, Warsztat kompetencji HR, Rozwój pracowników i programy talentowe, Nowoczesne metody rekrutacji i employer branding; Strategiczne zarządzanie HR; Psychologia motywacji w HR; <u>Psychologia pozytywna w praktyce:</u> Psychologia pozytywna w ZZL, Komunikacja w konflikcie a dobrostan pracownika; Emocje i techniki samoregulacji w organizacji; Promocja zdrowia i rezyliencji w miejscu pracy, Projektowanie pozytywnych doświadczeń klienta; Skuteczne przywództwo w oparciu o narzędzia psychologii pozytywnej; Pozytywne interwencje psychologiczne w miejscu pracy
--	--

IV. PROGRAM STUDIÓW

Specjalności kształcenia dla rocznika 2025/26:

Psychologia sprzedaży

Trener biznesu

HR Business Partner

Psychologia pozytywna w praktyce

A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSCYPLIN NAUKOWYCH

L.p.	Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
1	Psychologia	55%
2	Nauki o zarządzaniu i jakości	45%

B) PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	STUDIA STACJONARNE 61
	STUDIA NIESTACJONARNE 46
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	76,3
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	5
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	70

łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	20
---	----

C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Wymiar praktyk, dla studentów, rozpoczynających naukę w roku akademickim 2025/26 wynosi 480 godzin (20 ECTS).

Celem praktyk zawodowych na kierunku Psychologia w biznesie jest: przygotowanie studenta do praktycznego wykorzystania wiedzy teoretycznej zdobytej w trakcie kształcenia, zapoznanie studenta z charakterem przyszłego potencjalnego miejsca pracy, umożliwienie zdobycia pierwszych doświadczeń praktycznych w obszarze przyszłej pracy zawodowej, przygotowanie studenta do pracy samodzielnej, umożliwienie studentowi znalezienia problemu badawczego, który będzie tematem jego pracy magisterskiej.

Student może wybrać praktykodawcę samodzielnie lub z katalogu firm współpracujących z Uczelnią.

Komórki praktyk: biuro zarządu, dział organizacji i zarządzania, dział szkoleń, dział HR, dział personalny, dział rozwoju, dział zarządzania zasobami ludzkimi, dział marketingu, dział dystrybucji marki, dział handlowy, dział rozwoju marki, dział PR, dział badań i rozwoju, dział ds. relacji pracowniczych, dział onboarding, biuro obsługi klienta i inne.

Praktyka zawodowa	<u>Moduły obowiązkowe:</u> Podstawy prawne i przedmiot działalności przedsiębiorstwa; Organizacja podmiotu gospodarczego; Dokumentacja organizacyjna przedsiębiorstwa; Przepisy wewnętrzne (najważniejsze) regulujące funkcjonowanie przedsiębiorstwa; Miejsce specjalisty ds. rozwoju biznesu (trenera biznesu i/lub specjalisty ds. rozwoju marki przedsiębiorstwa) <u>Moduły dodatkowe (specjalnościowe):</u> Działalność trenerska (szkoleniowa); Psychologia kontaktu i pracy z klientem; Charakter oraz psychologiczne podstawy funkcjonowania grup pracowniczych w przedsiębiorstwie; Ocena pracowniczka, ścieżki kariery, zarządzanie talentami, treningi rozwoju zawodowego dla pracowników; Jakość pracy w organizacji i treningi budowania dobrostanu pracowników; Badanie zachowań konsumentów; działalność marketingowa; PR i CSR; Media; Negocjacje; Zmiana i zarządzanie zmianą w organizacji
-------------------	--

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

- weryfikacja efektów uczenia się z obszaru wiedzy
 - quiz interaktywny na platformie Moodle (pytania testowe i opisowe)
 - kolokwium pisemne (pytania testowe i opisowe)
 - egzamin pisemny (pytania testowe, opisowe)
 - kolokwium ustne
 - sprawdziany śródsesestralne
 - indywidualne lub zespołowe opracowanie tematu
 - indywidualna praca pisemna w postaci eseju lub referatu
 - analiza studium przypadku
 - raport
 - praca magisterska (część teoretyczna z bibliografią)
- weryfikacja efektów uczenia się z obszaru umiejętności

- projekt
- aktywność na zajęciach rozumiana jako zaangażowanie w pracę grupową
- zadania o charakterze praktycznym wykonywane indywidualnie lub w zespołach
- symulacje podczas zajęć
- kolokwium pisemne (pytania problemowe)
- egzamin pisemny (pytania problemowe)
- praca magisterska (część praktyczna - badania ankietowe, analiza danych, wnioski, rekomendacje)
- weryfikacja efektów uczenia się z obszaru kompetencji społecznych
 - dyskusja moderowana lub debata przeprowadzona podczas zajęć
 - udział w zajęciach rozumiany jako aktywna konwersacja z prowadzącym
 - prezentacja zagadnienia lub projektu na forum, obrona projektu
 - udzielanie koleżeńskiej informacji zwrotnej

Szczególnym elementem w systemie pomiaru efektów uczenia się osiągniętych przez studentów jest praca dyplomowa, powstająca w ramach seminarium magisterskiego oraz jej obrona. Na podstawie udziału studentów w seminarium trwającym trzy semestry oraz przygotowania pracy magisterskiej według standardów przyjętych przez uczelnię, jej oceny przez promotora i recenzenta, a także jej obrony i egzaminu dyplomowego, dokonywany jest pomiar szerokiego spektrum efektów z obszaru wiedzy i umiejętności kierunkowych oraz kompetencji społecznych. Pomiar ten dokonywany jest według jednolitych zasad i kryteriów, adekwatnie do przyjętych dla prac magisterskich założeń oraz wytycznych. Szczególną rolę pełni Komisja ds. jakości prac dyplomowych, której zadaniem jest opiniowanie tematów prac dyplomowych pod kątem ich zgodności z kierunkiem studiów. Prace magisterskie przygotowywane są przez studentów indywidualnie pod kierunkiem wybranego promotora. Ogólne zasady procesu dyplomowania określa Regulamin Studiów, natomiast szczegółowa procedura przystąpienia do egzaminu dyplomowego jest publikowana w Extranecie/Intranecie z odpowiednim wyprzedzeniem.

E) PLANY STUDIÓW

Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu (Wydział Finansów i Bankowości) Plan studiów dla rocznika 2025/26

Studia stacjonarne - II stopnia - Psychologia w Biznesie

[illegible]

Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu (Wydział Finansów i Bankowości) Plan studiów dla rocznika 2025/26

Studia niestacjonarne - II stopnia - Psychologia w Biznesie

Lp.	Przedmiot	L godz	Ects	Forma zaliczenia	Rok I 2025/26																Rok II 2026/27																język	
					Sem 1								Sem 2								Sem 3								Sem 4									
					W	C	L	P	E	S	ECTS	W	C	L	P	E	S	ECTS	W	C	L	P	E	S	ECTS	W	C	L	P	E	S	ECTS						
2	Przedmioty specjalnościowe	192	24	x										24	24							6	24	24					6	48	48					12		
3	Praktyka zawodowa	480	20		x							120	5									120	5					120	5					120	5			
4	Metodyka pracy magisterskiej	8	1		x			8					1																									
5	Seminarium magisterskie	56	25		x										8						5		24						10		24					10		
8	BHP	4	0		x						4																											
9	Psychologia człowieka dorosłego	40	5	x	x			24	16				5																									
10	Psychologia ekonomiczna	24	2	x																		24							2									
11	Zarządzanie zespołem	40	4	x	x			16	24				4																									
12	Technologie cyfrowe w biznesie	16	3	x	x			16					3																									
13	Zarządzanie strategiczne	32	3	x	x																	16	16						3									
14	Analiza transakcyjna	32	4	x	x			8	24				4																									
15	Psychologia pozytywna	40	4	x	x									24	16						4																	
16	Warsztaty badawcze	56	5	x	x									24	16	16					5																	
17	Psychopatologia	16	2	x																		16							2									
18	Etyka w biznesie	16	3	x																		16							3									
19	Leadership	16	2	x																		16							2							ang		
20	Business Communication Skills	16	2	x																																ang		
21	Osobowościowe i środowiskowe wyznaczniki zachowania	16	3	x				16					3																									
22	Psychologia perswazji i wpływu społecznego	24	4	x	x									8	16						4																	
23	Kręgi kulturowe świata i wielokulturowość	16	2	x																									16							2		
24	Poradnictwo psychologiczne w środowisku pracy	16	2	x																																2		
25																																						
Liczba godzin zorganizowanych		1156	120				80	72	0	0	4	120	25	80	80	16	0	0	120	29	112	64	0	0	0	120	33	64	104	0	0	0	120	33				
W tym liczba godzin kontaktowych		1152					276								296								296								288							
Liczba godzin pracy własnej studenta		1850																																				
Łączna liczba godzin		3002																																				