



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 2026/2027

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 3007	Studia niestacjonarne 3004
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister	
Wymiar praktyk zawodowych	480	
Język prowadzenia studiów	polski	
Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2026	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

symbol efektu	opis efektów uczenia się dla absolwenta studiów II stopnia na kierunku Psychologia w biznesie	kod uniwersalnej charakterystyki poziomu drugiego dla kwalifikacji na poziomie 7
WIEDZA absolwent zna i rozumie		
PSB_II_W01	w pogłębionym stopniu wybrane współczesne teorie z zakresu psychologii w powiązaniu z pokrewnymi dyscyplinami naukowymi oraz terminologię używaną w psychologii	P7S_WG
PSB_II_W02	w pogłębionym stopniu wybrane współczesne teorie z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości w powiązaniu z pokrewnymi dyscyplinami naukowymi oraz terminologię używaną w naukach o zarządzaniu i jakości	P7S_WG
PSB_II_W03	w pogłębionym stopniu współczesne koncepcje zarządzania organizacjami oraz narzędzia kooperacji i konkurencji między nimi	P7S_WG
PSB_II_W04	w pogłębionym stopniu psychologiczne uwarunkowania wzorców komunikacji interpersonalnej, modele i metody komunikacji społecznej, techniki perswazji oraz ich zastosowania w odniesieniu do funkcjonowania jednostek i grup w kontekście biznesowym i marketingowym	P7S_WG
PSB_II_W05	osobowościowe, ekonomiczne oraz organizacyjne uwarunkowania zachowań człowieka w normie i patologii z uwzględnieniem kontekstu społecznego i zawodowego	P7S_WK
PSB_II_W06	w pogłębionym stopniu zasady i metody budowania, prowadzenia i rozwijania zespołów	P7S_WG
PSB_II_W07	w pogłębionym stopniu psychologiczne koncepcje oraz uwarunkowania funkcjonowania i rozwoju człowieka, a także możliwości wspierania jego dobrostanu w środowisku zawodowym	P7S_WG
PSB_II_W08	regulacje prawne istotne dla funkcjonowania organizacji i relacji pracowniczych, w szczególności przepisy prawa pracy, ochrony danych osobowych oraz zasad odpowiedzialności cywilnej w działalności biznesowej	P7S_WK
PSB_II_W09	uwarunkowania i mechanizmy kształtowania kultury organizacyjnej oraz potrafi wskazać jej konsekwencje dla pracownika i organizacji	P7S_WK
PSB_II_W10	w pogłębionym stopniu indywidualne i organizacyjne uwarunkowania procesu zmian i metodykę przeprowadzania procesu zmian w organizacji	P7S_WG
PSB_II_W11	w pogłębionym stopniu uwarunkowania i narzędzia zarządzania zasobami organizacji oraz mechanizmy ekonomiczne mające znaczenie dla organizacji	P7S_WG
PSB_II_W12	w pogłębionym stopniu wybrane koncepcje przywództwa, modele i style kierowania oraz ich uwarunkowania	P7S_WG

PSB_II_W13	w pogłębionym stopniu metody analizy strategicznej organizacji i jej otoczenia z uwzględnieniem koncepcji zrównoważonego rozwoju oraz społecznej odpowiedzialności organizacji	P7S_WG
PSB_II_W14	społeczne i kulturowe uwarunkowania i metody zarządzania relacjami z interesariuszami organizacji oraz zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości	P7S_WK
PSB_II_W15	możliwości wynikające z cyfrowej transformacji procesów społecznych, komunikacyjnych i gospodarczych	P7S_WK
PSB_II_W16	w pogłębionym stopniu zasady projektowania i prowadzenia badań społecznych odnoszących się do jednostki i organizacji	P7S_WG
PSB_II_W17	pojęcie i znaczenie etyki oraz własności intelektualnej (własności przemysłowej oraz praw autorskich i praw pokrewnych), a także rozumie konieczność zarządzania nimi	P7S_WK
PSB_II_W18	fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji związane z zarządzaniem relacjami w organizacji i w jej otoczeniu	P7S_WK
UMIEJĘTNOŚCI absolwent potrafi		
PSB_II_U01	wykorzystywać wiedzę z dziedziny nauk społecznych do rozwiązywania w sposób innowacyjny złożonych i nietypowych problemów w organizacji i jej otoczeniu w warunkach nieprzewidywalnych	P7S_UW
PSB_II_U02	dobierać właściwe źródła i informacje oraz dokonywać ich oceny, krytycznej analizy, syntezy i prezentacji w celu interpretacji zachowań ludzi w organizacjach	P7S_UW
PSB_II_U03	nawiązywać kontakt i efektywnie komunikować się z inną osobą i grupą osób, aktywnie słuchać, udzielać informacji zwrotnych	P7S_UK
PSB_II_U04	interpretować zachowania jednostek i relacje interpersonalne oraz analizować źródła sukcesów i porażek realizowanych przez siebie zadań	P7S_UW
PSB_II_U05	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
PSB_II_U06	animować pracę nad rozwojem ludzi dorosłych, ze szczególnym uwzględnieniem rozwoju osobistego i zawodowego	P7S_UW
PSB_II_U07	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
PSB_II_U08	analizować, wyjaśniać i przewidywać zachowania konsumentów dóbr i usług w różnych zadaniach i sytuacjach	P7S_UW
PSB_II_U09	identyfikować, analizować i interpretować złożone i nietypowe zjawiska oraz procesy w organizacji i w jej otoczeniu, a także projektować i wdrażać strategie, metody i narzędzia zarządzania, z uwzględnieniem koncepcji zrównoważonego rozwoju	P7S_UW
PSB_II_U10	identyfikować zasoby i procesy sprzyjające budowaniu oraz rozwijaniu relacji (w tym relacji interpersonalnych) w organizacji i w jej otoczeniu oraz formułować rekomendacje w tym zakresie	P7S_UW

PSB_II_U11	wykorzystać zdobytą wiedzę w podejmowaniu decyzji oraz w prowadzeniu i rozwijaniu działalności organizacji, w szczególności w skutecznym zarządzaniu zasobami organizacji na poziomie taktycznym i strategicznym	P7S_UW
PSB_II_U12	dobierać metody i narzędzia oraz dokonać diagnozy sytuacji w różnych obszarach działalności organizacji i kultury organizacyjnej, a także projektować działania doskonalące, dostosowane do specyfiki instytucji	P7S_UW
PSB_II_U13	opracować i wdrażać koncepcje zarządzania zmianami w organizacji, w tym identyfikować źródła oporów przeciwko zmianom i opracowywać strategię radzenia sobie z nimi	P7S_UW
PSB_II_U14	wykorzystywać potencjał technologii cyfrowych w działalności profesjonalnej	P7S_UW
PSB_II_U15	dobierać i adaptować oraz tworzyć i doskonalić istniejące metody i narzędzia projektowania, rozwoju i zarządzania relacjami w organizacji	P7S_UW
PSB_II_U16	zaprojektować i przeprowadzić badanie naukowe: sformułować problem, pytania i hipotezy badawcze, dokonać operacjonalizacji zmiennych oraz zastosować odpowiednie metody badawcze	P7S_UW
PSB_II_U17	dokonać analizy wyników badań, także badań naukowych, korzystając z odpowiednich metod i narzędzi, w tym specjalistycznego oprogramowania	P7S_UW
PSB_II_U18	prezentować zdobytą wiedzę i umiejętności w mowie i piśmie z wykorzystaniem specjalistycznej terminologii oraz zaawansowanych technologii informacyjno-komunikacyjnych	P7S_UW P7S_UK
PSB_II_U19	posługiwać się językiem obcym, również w zakresie dziedziny nauk społecznych, na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P7S_UK
PSB_II_U20	współpracować z innymi osobami w pracach zespołowych oraz kierować pracą zespołu, określać priorytety, planować i organizować zadania oraz brać odpowiedzialność za ich realizację	P7S_UO
PSB_II_U21	samodzielnie uczyć się, zdobywać i aktualizować wiedzę oraz umiejętności zawodowe przez całe życie, a także inspirować i zachęcać innych w tym zakresie	P7S_UU
PSB_II_U22	komunikować się oraz prowadzić debatę na tematy specjalistyczne w zróżnicowanym kulturowo środowisku	P7S_UK
KOMPETENCJE SPOŁECZNE absolwent jest gotów do		
PSB_II_K01	przedsiębiorczego inicjowania i organizowania działań na rzecz środowiska społecznego, a także do współpracy i współdziałania ze interesariuszami organizacji, zarówno podczas pracy indywidualnej, jak i zespołowej	P7S_KO
PSB_II_K02	przestrzegania i rozwijania etycznego aspektu podejmowanych przez siebie działań w ramach pełnionych ról społecznych i organizacyjnych, a także dbania o dorobek, tradycje i etos zawodu poprzez kształtowanie dobrych praktyk w obszarze zarządzania relacjami	P7S_KR

PSB_II_K03	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści, a także analizy i oceny wyników działań wdrożeniowych, badań naukowych oraz weryfikacji ich popularnonaukowych omówień	P7S_KK
PSB_II_K04	uznawania znaczenia wiedzy i refleksyjnego jej stosowania, w tym do rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemów	P7S_KK
PSB_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 NIEZŁĄŻNIE OD FORMY ICH PROWADZENIA

Symbol efektu	Praktyka zawodowa	Metodyka pracy magisterskiej	Seminarium magisterskie	BHP	Psychologia człowieka dorosłego	Psychologia ekonomiczna	Koncepcje zarządzania	Technologie cyfrowe w biznesie	Zarządzanie strategiczne	Analiza transakcyjna	Psychologia pozytywna	Warsztaty badawcze	Psychopatologia	Logika	Leadership (ang)	Business Communication (ang)	Osobowości i środowiskowe wyznaczniki zachowania	Psychologia perswazji i wpływu społecznego	Międkulturowe relacje biznesowe	Poradnictwo psychologiczne w środowisku pracy	Strategie marketingowe	Zarządzanie zmianą	Zarządzanie relacjami z interesariuszami	Kultura organizacyjna	Prawo pracy
Wiedza																									
PSB_II_W01			x		x	x				x	x		x				X	x							
PSB_II_W02			x				x		x						x						x	x	x	x	
PSB_II_W03							x		x										x			x	x		
PSB_II_W04										x				x		x	x	x							
PSB_II_W05					x					x	x		x				x								
PSB_II_W06							x								x				x						
PSB_II_W07					x					x	x		x				x			x					
PSB_II_W08	x			x				x																x	
PSB_II_W09							x												x					x	
PSB_II_W10															x							x		x	
PSB_II_W11	x								x																
PSB_II_W12							x				x				x									x	
PSB_II_W13									x												x	x		x	
PSB_II_W14	x					x													x						
PSB_II_W15	x							x											x						
PSB_II_W16		x	x						x		x	x									x			x	
PSB_II_W17		x	x									x											x		
PSB_II_W18								x						x	x		x		x	x			x		
Umiejętności																									
PSB_II_U01							x		x		x											x		x	
PSB_II_U02			x					x						x			x			x	x	x		x	
PSB_II_U03										x				x	x										
PSB_II_U04					x					x			x				x								
PSB_II_U05																x	x			x					
PSB_II_U06					x					x											x				
PSB_II_U07											x		x				x			x					
PSB_II_U08						x												x			x				
PSB_II_U09	x						x	x	x										x		x	x		x	
PSB_II_U10										x									x	x			x		
PSB_II_U11	x								x	x											x			x	
PSB_II_U12				x						x											x	x	x	x	
PSB_II_U13																x						x		x	
PSB_II_U14	x								x	x							x				x				
PSB_II_U15											x								x						
PSB_II_U16		x	x									x													
PSB_II_U17			x								x	x									x				
PSB_II_U18			x		x					x									x			x			
PSB_II_U19																x	x							x	
PSB_II_U20	x																x								
PSB_II_U21			x	x				x	x		x			x	x						x				
PSB_II_U22	x						x							x		x			x					x	
Kompetencje społeczne																									
PSB_II_K01	x								x	x									x	x			x		
PSB_II_K02	x	x	x		x	x				x	x	x	x					x		x			x		
PSB_II_K03	x		x		x	x					x	x						x				x			
PSB_II_K04			x				x					x	x				x	x						x	
PSB_II_K05				x						x				x	x	x									

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

ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ	TREŚCI PROGRAMOWE
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	Wprowadzenie do problematyki bezpieczeństwa i higieny pracy; Prawne aspekty bezpieczeństwa i higieny pracy; Pomieszczenia i warunki środowiskowe; Charakterystyka zagrożeń; Pracownie na uczelni; Wypadki na uczelni; Ochrona przeciwpożarowa; Pierwsza pomoc w nagłych wypadkach
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
Koncepcje zarządzania	Ewolucja koncepcji zarządzania; Prakseologiczne podstawy sprawnego działania; Koncepcje zorientowane na zarządzanie kapitałem ludzkim; Koncepcje zorientowane na wiedzę; Koncepcje zorientowane na zarządzanie projektem i przez projekty; Koncepcje zorientowane na zmiany w organizacji; Koncepcje zorientowane na wyszczuplanie organizacji; Koncepcje zorientowane na współdziałanie; Koncepcje zorientowane na zarządzanie jakością
Technologie cyfrowe w biznesie	Dominujące technologie cyfrowe; Wirtualna i wzbogacona rzeczywistość; Przetwarzanie w chmurze; Gigadane (ang. Big Data) i ich przetwarzanie;

	Przemysł i gospodarka 4.0; Ekonomia danych i nowe modele biznesowe; e-Prywatność i ochrona danych osobowych; Marketing cyfrowy
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; Zrównoważony rozwój organizacji – ujęcie strategiczne
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 psychologią pozytywną 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
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.
Logika	Przedmiot, podmiot i pojęcia logiki; Związki między zakresem nazwy a jej treścią oraz zakresem normy prawnej; Poprawne definiowanie; Stosunki między zakresami nazw; Podział logiczny; Zdanie w sensie logicznym i jego wartość logiczna; Wypowiedzi pytajne; Rodzaje wnioskowania i ich zastosowania; Funktor implikacji i stosunek wynikania
Leadership (ang.)	Leadership and management; Leadership theories and situational leadership model; Traits, predispositions and competencies of a good leader; Management/leading styles; Leading and developing teams; Leadership and change management; Leadership and organizational culture; Self-diagnosis od leadership competence; Self-development planning
Business Communication (ang.)	Elements of communication process; Verbal vs non-verbal Communication; Barriers in communication process; Hearing vs listening; Problem solving tools; Visual Communication; Tools for online Communication; Mindmapping; Presentation structure; Cultural differences – dimensions of culture
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 kontrperswazji i antymanipulacji
Międzykulturowe relacje biznesowe	Kultura jako system znaczeń i wartości i jej wpływ na zachowania; Kultura jako kontekst działania i komunikacji; Tożsamość kulturowa; Zróżnicowanie kulturowe świata; Style i bariery komunikacji międzykulturowej; Etyka i wartości w relacjach międzykulturowych; Strategie zarządzania międzykulturowego; Zarządzanie zespołami międzykulturowymi; Partnerstwa międzykulturowe; Negocjacje międzykulturowe
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.
Strategie marketingowe	Istota i klasyfikacja strategii; Istota i elementy strategii marketingowej; Informacje niezbędne do tworzenia strategii marketingowej; Formułowanie strategii marketingowej; Realizacja strategii marketingowej; Kontrola marketingowa; Nowy produkt; Strategia w poszczególnych cyklach życia produktu; Zrównoważony marketing
Zarządzanie zmianą	Definicja i elementy zarządzania zmianą oraz pojęcie zmiany; Uwarunkowania, rodzaje i strategie zmian organizacyjnych; Zmiana jako proces; Etapy procesu zarządzania zmianą; Przygotowanie do procesu zmian; Diagnoza sytuacji i identyfikacja potrzeby zmian; Planowanie zmiany i określanie jej celów; Wdrożenie zmian; Przywództwo i efektywna komunikacja w procesie zmiany; Kierowanie ludźmi w obliczu zmiany; Kontrolowanie i ewaluacja procesu zmiany; Zrównoważony rozwój jako proces zmiany systemowej
Zarządzanie relacjami z interesariuszami	Definicja i klasyfikacja interesariuszy organizacji; Teoria interesariuszy Freemana i jej ewolucja; Rola interesariuszy w zrównoważonym rozwoju organizacji; Identyfikacja, mapowanie, segmentacja i analiza interesariuszy; Strategie zarządzania relacjami; Komunikacja z interesariuszami; Etyka i odpowiedzialność wobec interesariuszy; Monitorowanie i ocena relacji z interesariuszami; Narzędzia współpracy z interesariuszami wewnętrznymi; Narzędzia współpracy z interesariuszami zewnętrznymi
Kultura organizacyjna	Definicje, modele i typologie kultury organizacyjnej; Rola, uwarunkowania i konsekwencje kultury w organizacji; Diagnoza kultury organizacyjnej (metody badania, narzędzia diagnostyczne, analiza przypadków); Zmiany kultury organizacyjnej – uwarunkowania, czynniki, bariery; Zarządzanie zmianą kulturową; Wdrażanie zmian – rola lidera i członków organizacji; Rola kultury organizacyjnej w zrównoważonym rozwoju organizacji
Prawo pracy	Źródła i zasady prawa pracy; Stosunek pracy – pojęcie i istota, podmiot, przedmiot, treść, sposoby i zasady nawiązywania i rozwiązywania; Rodzaje umów; Akta osobowe pracownika; Ochrona trwałości stosunku pracy; Dokumenty i ograniczenia prawne w ich tworzeniu; Prowadzenie akt osobowych pracowników; Czas pracy; Wynagrodzenia; Przerwy w pracy; Ochrona rodzicielstwa; Pracownik młodociany; Sporządzanie umów z pracownikami; Ochrona pracownika w stosunku pracy a ochrona

	pracodawcy; Dochodzenie roszczeń ze stosunku pracy; Dokumenty oraz ich obieg w przypadku zaistnienia sporu pracowniczego; Postępowanie przed Sądem Pracy – pozew, odpowiedź na pozew, wniosek o uzasadnienie wyroku, zakończenie postępowania, symulacja rozprawy
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 2026/27:

Psychologia sprzedaży

Trener biznesu

HR Business Partner

Psychologia pozytywna w praktyce

A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSYCYPLIN NAUKOWYCH

L.p.	Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
1	Nauki o zarządzaniu i jakości (dyscyplina wiodąca)	62%
2	Psychologia	38%

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 64,1
	STUDIA NIESTACJONARNE 54,3
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	STUDIA STACJONARNE 79,5
	STUDIA NIESTACJONARNE 79,5
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	69
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 2026/27 wynosi 480 godzin (20 ECTS). Podstawą organizacji praktyk zawodowych jest modułowy program praktyk zawodowych, student realizuje moduły obowiązkowe i wybiera moduły spośród modułów do wyboru. Praktyki mogą być realizowane następujących komórkach: 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 on-boardingu, biuro obsługi klienta i inne. Student może wybrać praktykodawcę samodzielnie lub z katalogu firm współpracujących z Uczelnią.

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 pracownicza, 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 osiąganých 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.1. Studia stacjonarne

Studia stacjonarne - II stopnia - Psychologia w Biznesie

[illegible]

E.2. Studia niestacjonarne

Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu (Wydział Finansów i Bankowości) Plan studiów dla rocznika 2026/27

Studia niestacjonarne - II stopnia - Psychologia w Biznesie

Lp.	Przedmiot	L godz	Ects	Forma zaliczenia	Rok I 2026/27																	Rok II 2027/28																	
					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							
1	Przedmioty specjalnościowe	192	24	x											24	24						6	24	24						6	48	48							12
2	Praktyka zawodowa	480	20										120	5								5							120	5						120	5		
3	Metodyka pracy magisterskiej	8	1		x			8						1																									
4	Seminarium magisterskie	56	25		x											8						5		24						10		24						10	
5	BHP	4	0		x					4																													
6	Psychologia człowieka dorosłego	48	3	x	x		24	24						3																									
7	Psychologia ekonomiczna	24	2	x																			24							2									
8	Koncepcje zarządzania	24	2	x			24							2																									
9	Technologie cyfrowe w biznesie	16	2		x		16							2																									
10	Zarządzanie strategiczne	32	2		x		16	16						2																									
11	Analiza transakcyjna	32	3		x		8	24						3																									
12	Psychologia pozytywna	48	3	x	x										24	24						3																	
13	Warsztaty badawcze	56	3	x	x										24	16	16					3																	
14	Psychopatologia	24	2		x																		24							2									
15	Logika	16	3	x			16						3																										
16	Leadership (ang)	24	2		x																		24							2									
17	Business Communication (ang)	24	2		x																											24				2			
18	Osobowościowe i środowiskowe wyznaczniki zachowania	24	2	x			24						2																										
19	Psychologia perswazji i wpływu społecznego	32	3		x										8	24						3																	
20	Międzykulturowe relacje biznesowe	32	3		x																							24		8						3			
21	Poradnictwo psychologiczne w środowisku pracy	16	2		x																									16						2			
22	Strategie marketingowe	16	2		x											16						2																	
23	Zarządzanie zmianą	16	2		x																			16															
24	Zarządzanie relacjami z interesariuszami	48	3	x	x																		24	24						3									
25	Kultura organizacyjna	32	2	x	x										16	16						2																	
26	Prawo pracy	16	2		x																		16																
Liczba godzin zorganizowanych		1340	120				128	72	0	0	4	120	23		96	128	16	0	0	120	29		136	88	0	0	0	120	34		72	120	0	0	0	120	34		
W tym liczba godzin kontaktowych		1336						324								360								344								312							
Liczba godzin pracy własnej studenta		1668																																					
Łączna liczba godzin		3004																																					