

# KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020  
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty  
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej  
w Warszawie

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)										
<b>NAZWA PRZEDMIOTU</b> Metody i techniki wywierania wpływu										
<b>Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:</b>			Wydział Zarządzania I Nauk Technicznych							
<b>Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:</b>			Zarządzanie II stopień							
<b>Profil kształcenia:</b>			ogólnoakademicki							
<b>Nazwa specjalności:</b>			Przywództwo w biznesie							
<b>Rodzaj modułu uczenia się:</b>			specjalnościowy							
<b>Rok / Semestr:</b>			Rok II, semestr 4.							
<b>Osoba koordynująca przedmiot:</b>			Dr Ewa Wojtowicz							
<b>Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):</b>			Podstawy psychologii							
II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN										
	Wykład	Ćwiczenia	Konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Konsultacje	Egzamin/ zaliczenie	Suma godzin
Studia stacjonarne	45	45								90
Studia niestacjonarne	30	30								60
III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH										
<b>Formy zajęć</b>			<b>Metody dydaktyczne</b>							
<b>Wykład</b>			Prezentacje multimedialne. Dyskusje, burza mózgów, case-study, , ćwiczenia zakładające hipotetyczno-dedukcyjne myślenie słuchaczy							
<b>Ćwiczenia</b>			Metody aktywizujące, zadania problemowe, testy							
IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU I OBSZARÓW										
Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się								Odniesienie do efektu kierunkowego	
<b>Wiedza:</b>										
1	Zna i rozumie podstawowe zasady psychologii społecznej i odnosi je do rzeczywistych problemów w zakresie wywierania wpływu i prowadzenia negocjacji.								ZO2_W14 P7S_WG	
2	Zna i rozumie podstawowe zjawiska społeczne i zachowania ludzkie w organizacji oraz czynniki powodujące te zjawiska i zachowania.								ZO2_W11 P7S_WG P7S_WK	
3	Zna i rozumie istotę i znaczenie komunikowania się i negocjacji.								ZO2_W12 P7S_WG	
<b>Umiejętności:</b>										
1	Potrafi wykorzystywać zdobytą wiedzę związaną z wywieraniem wpływu, prowadzeniem negocjacji i mediacji, również w prowadzeniu działalności gospodarczej na własny rachunek								ZO2_U02 P7S_UW	

## KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020  
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty  
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej  
w Warszawie

2.	Potrafi integrować wiedzę z różnych dziedzin w celu tworzenia innowacyjnych rozwiązań problemów z zastosowaniem technik wywierania wpływu i negocjacji.	ZO2_U01 P7S_UW
3.	Potrafi organizować pracę zespołową i kierować zespołami oraz skutecznie komunikować się, negocjować i przekonywać.	ZO2_U13 P7S_UK P7S_UO
<b>Kompetencje społeczne:</b>		
1	Jest gotów do negocjowania i perswazji z nastawieniem na osiągnięcie wspólnych celów	ZO2_K08 P7S_KO
2	Jest gotów do pracy w zespole, przyjmując różne role i funkcje m.in. lidera, przywódcy, negocjatora.	ZO2_K08 P7S_KO
<b>V. TREŚCI PROGRAMOWE (UCZENIA SIĘ)</b>		
Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
1	Psychologia, psychologia społeczna – obszar zainteresowań, geneza, główne nurty; psychologiczne koncepcje człowieka (psychoanalityczna, behawiorystyczna, humanistyczna). Wpływ społeczny jako kluczowe zagadnienie psychologii społecznej.	ZO2_W14 ZO2_W11 ZO2_W12 ZO2_U02 ZO2_U01 ZO2_U13 ZO2_K08
2	Natura człowieka- osobowość ("Wielka piątka"- pięcioczynnikowy model osobowości), temperament, inteligencja emocjonalna (w odniesieniu do pracy zawodowej), płęć mózgu, neuropsychologiczne podstawy ludzkich zachowań; teoria specjalizacji półkul mózgowych	
3.	Komunikacja interpersonalna i komunikacja biznesowa- komunikacja werbalna, niewerbalna, argumentacja, style i taktyki autoprezentacji (sposoby wywierania „dobrego wrażenia”), Zasady profesjonalnej prezentacji danych	
4.	Procesy grupowe- mechanizmy regulujące zachowania zespołów, role zespołowe, fazy rozwoju zespołu. Zagrożenie związane z pracą zespołów: Facylitacja i próżniactwo społeczne, syndrom grupowego myślenia, konformizm normatywny i informacyjny.	
5.	Wpływ społeczny. Reguły i techniki wpływu społecznego wg Cialdiniego, wpływ a manipulacja, sposoby przeciwdziałania manipulacji. Posłuszeństwo autorytetowi, atrakcyjność interpersonalna- zasady	
6.	Konflikty i negocjacje- style i sposoby rozwiązywania konfliktów interesów, wybrane techniki negocjacyjne (m.in. zasada konkurencji, technika ograniczonych kompetencji, technika próbnego balonu, technika nagroda w rajku, technika polityka czynów dokonanych)	
7.	Stres zawodowy i sposoby zapobiegania jego negatywnym skutkom. Przegląd koncepcji stresu, zależność pomiędzy stresem a efektywnością, dystres i eustres, style radzenia sobie ze stresem	
Lp.	Ćwiczenia/konwersatorium:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
1	Komunikacja werbalna i niewerbalna. Profesjonalna prezentacja danych	ZO2_W14 ZO2_W11 ZO2_W12 ZO2_U02 ZO2_U01 ZO2_U13 ZO2_K08
2	Wpływ a manipulacja	
3	Style i sposoby rozwiązywania konfliktów interesów	
4	Style radzenia sobie ze stresem	
<b>VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>		
Efekty uczenia się	Metoda weryfikacji	Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EUS(Efekt uczenia się)
<b>Wiedza:</b>		
ZO2_W14 ZO2_W11 ZO2_W12	<b>Referat pisemny, prezentacja, aktywność w dyskusji</b>	Wykład / ćwiczenia
<b>Umiejętności:</b>		
ZO2_U02 ZO2_U01 ZO2_U13	<b>Referat pisemny, prezentacja, aktywność w dyskusji</b>	Wykład / ćwiczenia

## KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020  
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty  
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej  
w Warszawie

Kompetencje społeczne:				
ZO2_K08	<b>Referat pisemny, prezentacja, aktywność w dyskusji</b>	Wykład/ ćwiczenia		
VII. KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Ocena niedostateczna Student nie zna i nie rozumie/nie potrafi/nie jest gotów:	Zakres ocen 3,0-3,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Zakres ocen 4,0-4,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Ocena bardzo dobra Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:
Dla każdego z efektów uczenia się określonego dla modułu w zakresie wiedzy umiejętności i kompetencji	Student uzyskuje poniżej 50% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje od 50 do 59% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 3 oraz  Student uzyskuje od 60 do 69% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 3,5	Student uzyskuje od 70 do 79% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 4 oraz  Student uzyskuje od 80 do 89% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 4,5	Student uzyskuje powyżej 89% max. liczby punktów dla danego efektu
VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS				
Rodzaj aktywności ECTS	Obciążenie studenta			
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne		
Udział w zajęciach dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II	90	60		
Egzamin/zaliczenie	1	1		
Udział w konsultacjach	1	1		
Projekt / esej				
Samodzielne przygotowanie się do zajęć dydaktycznych	28	48		
Przygotowanie się do zaliczenia zajęć dydaktycznych	30	40		
<b>Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin/ECTS</b>	<b>6 ECTS/150h</b>	<b>6ECTS/150h</b>		
Obciążenie studenta w ramach zajęć w bezpośrednim kontakcie z nauczycielem	90	60		
Obciążenie studenta w ramach zajęć o charakterze praktycznym	60	90		
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym				
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z przygotowaniem do prowadzenia badań				
IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE				
<b>Literatura podstawowa przedmiotu:</b>				
1. Michał Chmielecki, Techniki negocjacji i wywierania wpływu (ebook), Onepress 2021				
<b>Literatura uzupełniająca przedmiotu:</b>				
2. 1. Aronson E., Wilson T. D, Akert R.M., (2006) Psychologia społeczna, Poznań Wyd. Zysk i S-ka.				
3. Berne E. (2008): W co grają ludzie? Psychologia stosunków międzyludzkich, Warszawa, PWN				
4. Kożusznik B. (2005) Wpływ społeczny w organizacji, Warszawa, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne				
5. Witkowski T. (2006) Psychomanipulacje. Jak je rozpoznawać i jak sobie z nimi radzić, Taszów, Wyd. Biblioteka Moderator				
6. Bargiel-M Aronson E. (2005) Człowiek- istota społeczna, Warszawa, PWN				
7. Cialdini R. (2010) Wywieranie wpływu na ludzi, Gdańsk, GWP				
8. Myers D. G. (2003) Psychologia społeczna, Poznań, Wyd. Zysk i S-ka.				
9. Tarniowa- Bagińska M. Siemieniak P. (2010) Psychologia w zarządzaniu, Poznań Wyd. Politechniki Poznańskiej, atusewicz, <i>Negocjacje i mediacje</i> , PWE, Warszawa 2007				

## KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020  
z dnia 13 lipca 2020 r w *sprawie wzoru karty*  
*przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej*  
*w Warszawie*

1.

**Inne materiały dydaktyczne: - Moodle, MS Teams**