



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Psychologia biznesu [S1AW1>PsychB]

Przedmiot

Kierunek studiów

Architektura wnętrz

Rok/Semestr

3/5

Studia w zakresie (specjalność)

–

Profil studiów

ogólnoakademicki

Poziom studiów

pierwszego stopnia

Język oferowanego przedmiotu

polski

Forma studiów

stacjonarne

Wymagalność

obligatoryjny

Liczba godzin

Wykład

0

Laboratorium

0

Inne

0

Ćwiczenia

0

Projekty/seminaria

0

Liczba punktów ECTS

1,00

Koordynatorzy

Wykładowcy

Wymagania wstępne

1. Znajomość podstaw prawnych prawa autorskiego (rozumienie zasad ochrony własności intelektualnej w kontekście pracy architekta wnętrz), prawa budowlanego (znajomość norm i przepisów regulujących działalność projektową) i norm projektowych (umiejętność stosowania podstawowych wytycznych projektowych zgodnie z obowiązującymi przepisami). 2. Umiejętności komunikacyjne, pozwalające na skuteczne przedstawianie koncepcji projektowych oraz prowadzenie dialogu z klientem i zespołem projektowym. 3. Podstawowa wiedza z zakresu ekonomii i finansów, umożliwiająca analizę projektów pod kątem rentowności oraz negocjowanie kosztów i budżetów z klientami i wykonawcami.

Cel przedmiotu

• Zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami i teoriami psychologii biznesu w kontekście pracy architekta wnętrz. • Umożliwienie studentom zrozumienia mechanizmów psychologicznych wpływających na zarządzanie projektami, współpracę zespołową i relacje z klientem. • Rozwinięcie umiejętności interpersonalnych, negocjacyjnych i komunikacyjnych w środowisku zawodowym. • Kształtowanie kompetencji z zakresu psychologii organizacji, dynamiki grupowej i rozwiązywania konfliktów w kontekście zespołów projektowych. • Zrozumienie znaczenia budowania długotrwałych relacji z klientem poprzez efektywną komunikację, umiejętność czytania i rozumienia jego potrzeb oraz dostosowywanie projektów do indywidualnych oczekiwań.

Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza:

Zna i rozumie zagadnienia z ochrony dóbr intelektualnych i materialnych twórców oraz innych aspektów prawnych, finansowych i marketingowych, w tym w zakresie budowania marki własnej oraz etycznej komunikacji z otoczeniem rynkowym, związanych z wykonywaniem zawodu architekta wewnątrz. Zna i rozumie podstawową wiedzę z zakresu psychologii biznesu i autoprezentacji oraz potrafi zarządzać procesem inwestycyjnym w podstawowym stopniu.

Umiejętności:

Potrafi dostosować efekty swojej pracy do potrzeb rynku i klienta oraz prezentować je w kontekście przyjętej strategii marketingowej i własnej marki osobistej

Kompetencje społeczne:

Jest gotów do funkcjonowania w obrębie społecznym i komunikacją społeczną, jest przygotowany tak do pracy zespołowej jak i indywidualnej, do wystąpień i prezentacji publicznych, potrafi konstruować osadzone w strategii działania marketingowego komunikaty i posługiwać się współczesnymi kanałami komunikacji, potrafi negocjować i posługiwać się odpowiednią argumentacją w celu przedstawienia swojego stanowiska, potrafi prezentować zadania w przystępnej formie, także z zastosowaniem technologii informatycznych

Jest gotów do zrozumienia konieczności ochrony praw autorskich oraz zasady etyki zawodowej, również w komunikacji z otoczeniem rynkowym

Jest gotów do wzięcia odpowiedzialności za działania w przestrzeni, która jest dobrem wspólnym; rozumie znaczenie wartości zastanych, tradycji i kultury, bierze odpowiedzialność za kształtowanie środowiska przyrodniczego i krajobrazu kulturowego, w tym za zachowanie dziedzictwa regionu, kraju i Europy.

Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

Ocena formująca:

Aktywność na wykładach: regularne uczestnictwo oraz zaangażowanie w dyskusje będą podnosić ocenę końcową

Praca pisemna: Esej na wybrany temat związany z psychologią biznesu i jego zastosowaniem w pracy architekta wewnątrz.

Przyjęta skala ocen: 2,0; 3,0; 3,5; 4,0; 4,5; 5,0

Ocena formująca:

Test sprawdzający znajomość podstawowych teorii oraz umiejętność ich praktycznego zastosowania w kontekście pracy projektowej.

Przyjęta skala ocen: 2,0; 3,0; 3,5; 4,0; 4,5; 5,0

Treści programowe

Podstawy ekonomiki w projektowaniu wewnątrz. Analizy przedinwestycyjne (studium wykonalności, biznesplan). Efektywność inwestycji, metody rachunkowości inwestycyjnej, wartość pieniądza w czasie, wewnętrzna stopa zwrotu, rentowność inwestycji, analiza prognozy rentowności, koszty cyklu życia budynków, elastyczność cenowa popytu oraz zależność między pracą, wydajnością i pracochłonnością. Ekonomika projektowania (wpływ decyzji projektowych na koszty na różnych etapach procesu inwestycyjnego i w całym cyklu życia budynku, ekonomiczne aspekty budownictwa energooszczędnego, certyfikaty zrównoważonego budownictwa). Optymalizacja w procesie inwestycyjnym. Wycena prac projektowych. Szacunkowy koszt inwestycji. Rodzaje kosztorysów.

Tematyka zajęć

1. Wprowadzenie do psychologii biznesu: • Definicja i zakres psychologii biznesu, • Zastosowanie psychologii w środowisku projektowym, • Rola psychologii w budowaniu relacji klient-architekt
2. Psychologia organizacji i zarządzanie zespołem: • Struktura zespołu projektowego, • Dynamika grupowa i role zespołowe, • Czynniki wpływające na efektywność pracy zespołowej
3. Komunikacja interpersonalna: • Efektywna komunikacja z klientem i zespołem, • Znaczenie komunikacji niewerbalnej, • Bariery komunikacyjne i sposoby ich przewyższania
4. Negocjacje i rozwiązywanie konfliktów: • Strategie negocjacyjne w branży projektowej, • Techniki rozwiązywania konfliktów, • Mediacje i kompromisy

5. Psychologia klienta i budowanie relacji: • Analiza profilu klienta, • Budowanie zaufania i długotrwałych relacji, • Umiejętność czytania i rozumienia potrzeb klienta
6. Zarządzanie stresem i emocjami: • Źródła stresu w pracy projektowej, • Techniki radzenia sobie ze stresem, • Zapobieganie wypaleniu zawodowemu
7. Etyka zawodowa i sprzedaż pomysłów: • Prawa autorskie i ochrona własności intelektualnej, • Etyczne dylematy w pracy architekta, • Umiejętność sprzedaży pomysłów i idei, • Techniki autoprezentacji i storytellingu, • Jak radzić sobie z obiekcjami i negocjować zmiany

Metody dydaktyczne

- Wykłady teoretyczne z elementami studiów przypadków
- Dyskusje moderowane i burze mózgów
- Analiza realnych przykładów negocjacji i konfliktów z branży architektonicznej
- Symulacje scenek z klientem i zespołem projektowym

Literatura

Podstawowa:

1. Cialdini, R. B. (2014). Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
2. Jachnis, A. (2008). Psychologia organizacji. Kluczowe zagadnienia. Warszawa: Difin.
3. Strelau, J. (red.). (2000). Psychologia. Podręcznik akademicki (tom 2). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Uzupełniająca:

1. Goleman, D. (2007). Inteligencja emocjonalna. Poznań: Media Rodzina.
2. Robbins, S. P. (2016). Zachowania w organizacji. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
3. Pruitt, D. G. (2005). Negocjacje. Teoria i praktyka. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	25	1,00
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	15	0,50
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do zajęć laboratoryjnych/ćwiczeń, przygotowanie do kolokwium/egzaminu, wykonanie projektu)	10	0,50