

**KARTA PRZEDMIOTU****I. Dane podstawowe**

Nazwa przedmiotu	Psychologia perspektywy czasowej i zarządzania przez cele w organizacjach
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Psychology of time perspective and management through goals in organizations
Kierunek studiów	Psychologia
Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie)	jednolite magisterskie
Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne)	stacjonarne
Dyscyplina	psychologia
Język wykładowy	polski

Koordynator przedmiotu/osoba odpowiedzialna	dr Paweł Kot
---	--------------

Forma zajęć ( <i>katalog zamknięty ze słownika</i> )	Liczba godzin	semestr	Punkty ECTS
wykład	30	VII	2
konwersatorium			
ćwiczenia			
laboratorium			
warsztaty			
seminarium			
proseminarium			
lektorat			
praktyki			
zajęcia terenowe			
pracownia dyplomowa			
translatorium			
wizyta studyjna			

Wymagania wstępne	znajomość problematyki orientacji temporalnej znajomość zaganiania zachowań celowych w różnych nurtach psychologicznych
-------------------	--

**II. Cele kształcenia dla przedmiotu**

C1. Zapoznanie z tematyką psychologii perspektywy czasowej
C2. Zarządzanie przez cele w organizacjach
C3. Zapoznanie z psychologicznymi uwarunkowaniami zachowań celowych w aspekcie orientacji temporalnej w organizacji

**III. Efekty uczenia się dla przedmiotu wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych**

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
<b>WIEDZA</b>		
W_01	ma wiedzę dotyczącą społeczno-kulturowych podstaw zachowania celowego człowieka i relacji społecznych, funkcjonowania grup społecznych, wpływu społecznego, kształtowania się postaw; ma pogłębioną wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego oraz ich prawidłowości i zakłóceń wynikających z upływu czasu;	K_W06
W_02	ma uporządkowaną i pogłębioną wiedzę na temat psychologicznych aspektów pracy, organizacji i zarządzania oraz doradztwa zawodowego, marketingu, psychologii reklamy i zachowań konsumenckich w kontekście stawiana celów;	K_W12
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>		
U_01	potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną z zakresu psychologii oraz powiązanych z nią dyscyplin do analizowania i interpretowania ludzkich zachowań celowych; potrafi wskazać i opisać uwarunkowania (osobowe, społeczne oraz kulturowe) różnych zachowań człowieka oraz funkcjonowania określonych grup społecznych i organizacji posługując się wybranymi podejściami teoretycznymi;	K_U01
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>		

**IV. Opis przedmiotu/ treści programowe**

Czas i cele z perspektywy historii i filozofii.  
 Zachowania celowe w różnych szkołach psychologii: behawioryzm, poznawcza reprezentacja celu, psychologia humanistyczna  
 Modele zachowań celowych: Ajzen, Gollwitzer, Łaguna,  
 Zarządzanie przez cele  
 Zarządzanie przez projekty  
 Wymagania stawiane celom możliwym do realizacji  
 Zachowania celowe w różnych sytuacjach życiowych: zakupy, decyzje zawodowe  
 Cechy indywidualne wpływające na realizację celu  
 Orientacja temporalna w psychologii  
 Koncepcja czasu wg Zimbardo  
 Kultura organizacyjna - perspektywa czasowa: Hofstede, Trompenns

**V. Metody realizacji i weryfikacji efektów uczenia się**

Symbol efektu	Metody dydaktyczne (lista wyboru)	Metody weryfikacji (lista wyboru)	Sposoby dokumentacji (lista wyboru)
<b>WIEDZA</b>			
W_01	Wykład konwersatoryjny	Egzamin	Uzupełniony i oceniony Test

W_02	Wykład konwencjonalny	Egzamin	Uzupełniony i oceniony Test
UMIEJĘTNOŚCI			
U_01	Analiza tekstu	Egzamin	Uzupełniony i oceniony Test
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			

## VI. Kryteria oceny, wagi...

Osiągnięcie właściwego przedziału punktowego z testu wiedzy stanowiącego egzamin końcowy:

5,0 – powyżej 95%

4,5 – 94% - 85%

4,0 – 84% - 75%

3,5 – 74% - 65%

3,0 – 64% - 51%

2,0 – poniżej 50 %

## VII. Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności studenta	Liczba godzin
Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem	<b>30</b>
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	<b>10</b>

## VIII. Literatura

Literatura podstawowa
Hofstede G. (2000). <i>Kultury i organizacje</i> . Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
Kotler, F. (2010). <i>Marketing</i> . Rebis.
Kot, P. (2023). Differences in Time Perspective in Representatives of Various Generations. <i>Timing &amp; Time Perception</i> , XX, 1–16, <a href="https://doi.org/10.1163/22134468-bja10075">https://doi.org/10.1163/22134468-bja10075</a>
Łąguna, M. (2010). <i>Przekonania na własny temat i aktywność celowa</i> . GWP.
Rożnowski, B., Fortuna, P. (2020). <i>Psychologia biznesu</i> . PWN.
Trompenaars, F., Hampden-Turner, Ch. (2002). <i>Siedem wymiarów kultury. Znaczenie różnic kulturowych w działalności gospodarczej</i> . Oficyna Ekonomiczna.
Zaleski, Z. (1991). <i>Psychologia zachowań celowych</i> . PWN.
Zimbardo, P., Boyd, J. (2009). <i>Paradoks czasu</i> . PWN.
Literatura uzupełniająca
Boski, P. (2022). <i>Kulturowe ramy zachowań społecznych</i> . PWN.
Strelau J., Doliński D. (red.) (2010). <i>Psychologia akademicka</i> . PWN
Niermeyer, R. (2009). <i>Motywacja. Jak zachęcić pracowników, aby dali z siebie wszystko?</i> Wydawnictwo C.H. Beck.
Zimbardo, P.G., Johnson, R.L., McCann, V. (2010). <i>Psychologia kluczowe koncepcje. Motywacja i uczenie się</i> . Wydawnictwo naukowe PWN.

