**Wyższa Szkoła Bankowa w Warszawie** *nabór 2019/2020*

PLAN STUDIÓW I ST OPNIA NA KIERUNKU PSYCHOLOGIA W BIZNESIE
SPECJALNOŚĆ: PSYCHOLOGIA REKLAMY I SPRZEDAŻY

PRZEDMIOTY SPECJALNOSCIOWE

| LP | Semestr | Nazwa przedmiotu | Moduł | Rygor | Studia stacjonarne | | | SUMA (godziny kontaktowe) | Studia niestacjonarne | | | SUMA (godziny kontaktowe) | ECTS | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Wykład | Konwersatorium | Ćwiczenia | | Wykład | Konwersatorium | Ćwiczenia | | Wykład | Konwersatorium | Ćwiczenia | Suma |
| 1 | 1 | FILOZOFIA | | PNIM ST | | | | 0 | 32 | | | 32 | 5 | | | 5 |
| 2 | 1 | PODSTAWY PSYCHOLOGII | | E | | | | 0 | 16 | | | 16 | 2 | | | 2 |
| 3 | 1 | PODSTAWY ZARZĄDZANIA | | E/Z | | | | 0 | 16 | | 8 | 24 | 3 | | 4 | 7 |
| 4 | 1 | MIKROEKONOMIA | | E/Z | | | | 0 | 16 | | 16 | 32 | 4 | | 4 | 8 |
| 5 | 1 | TRENING UMIEJĘTNOŚCI INTERPERSONALNYCH | | Z | | | | 0 | | | 24 | 24 | | | 2 | 2 |
| 6 | 1 | PSYCHOLOGIA ROZWOJU CZŁOWIEKA W CYKLU ŻYCIA | | E | | | | 0 | 16 | | | 16 | 2 | | | 2 |
| 7 | 1 | PSYCHOLOGIA SPOŁECZNA | | E/Z | | | | 0 | 16 | | 16 | 32 | 2 | | 1 | 3 |
| 8 | 1 | METODY EFEKTYWNEGO UCZENIA SIĘ I TWORZENIA PRAC PROJEKTOWYCH | | Z | | | | 0 | 16 | | | 16 | 2 | | | 2 |
| 9 | 1 | BHP | | Z | | | | 0 | 4 | | | 4 | 0 | | | 0 |
| | | Suma | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 132 | 0 | 64 | 196 | 20 | 0 | 11 | 31 |
| 1 | 2 | ETYKA ZAWODU PSYCHOLOGA | | E | | | | 0 | 16 | | | 16 | 2 | | | 2 |
| 2 | 2 | PODSTAWY SOCJOLOGII | | Z | | | | 0 | 16 | | | 16 | 2 | | | 2 |
| 3 | 2 | PSYCHOLOGIA KOMUNIKACJI W DZIAŁANIU | | Z | | | | 0 | | | 16 | 16 | | | 2 | 2 |
| 4 | 2 | PODSTAWY TECHNOLOGII INFORMACYJNEJ I APLIKACJI BIUROWYCH | | Z | | | | 0 | 16 | | | 16 | 2 | | | 2 |
| 5 | 2 | PODSTAWY PRAWA | | E/Z | | | | 0 | | 24 | | 24 | | 5 | | 5 |
| 6 | 2 | ZACHOWANIA ORGANIZACYJNE | | E | | | | 0 | 16 | | | 16 | 7 | | | 7 |
| 7 | 2 | PSYCHOLOGIA POZNAWCZA | | E/Z | | | | 0 | 24 | | 8 | 32 | 4 | | 2 | 6 |
| 8 | 2 | METODOLGIA BADAŃ PSYCHOLOGICNZYCH | | E/Z | | | | 0 | 8 | | 8 | 16 | 2 | | 2 | 4 |
| 9 | 2 | WYCHOWANIE FIZYCZNE* | | Z | | | | 0 | | | 0 | 0 | | | 0 | 0 |
| | | Suma | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 96 | 24 | 32 | 152 | 19 | 5 | 6 | 30 |
| 1 | 3 | JĘZYK OBCY | | E | | | | 0 | | | 24 | 24 | | | 2 | 2 |
| 2 | 3 | ETYKA W BIZNESIE | | E | | | | 0 | 16 | | | 16 | 2 | | | 2 |
| 3 | 3 | OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ | | Z | | | | 0 | 8 | | | 8 | 2 | | | 2 |
| 4 | 3 | STATYSTYKA W PSYCHOLOGII | | E/Z | | | | 0 | 16 | | 16 | 32 | 3 | | 3 | 6 |
| 5 | 3 | PSYCHOLOGIA OSOBOWOŚCI I RÓŻNIC INDYWIDUALNYCH | | E/Z | | | | 0 | 16 | | 16 | 32 | 3 | | 3 | 6 |
| 6 | 3 | PSYCHOLOGIA EKONOMICZNA | | E | | | | 0 | 16 | | | 16 | 3 | | | 3 |
| 7 | 3 | WYWIERANIE WPŁYWU | | E/Z | | | | 0 | 8 | | 16 | 24 | 2 | | 3 | 5 |
| 8 | 3 | ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI | | E/Z | | | | 0 | 8 | | 16 | 24 | 2 | | 3 | 5 |
| | | Suma | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 88 | 0 | 88 | 176 | 15 | 0 | 11 | 31 |
| 1 | 4 | JĘZYK OBCY | | E | | | | 0 | | | 24 | 24 | | | 2 | 2 |
| 2 | 4 | MARKETING i BADANIA MARKETINGOWE | | E/Z | | | | 0 | 16 | | 16 | 32 | 3 | | 3 | 6 |
| 3 | 4 | PSYCHOLOGIA EMOCJI I MOTYWACJI | | E/Z | | | | 0 | 16 | | 16 | 32 | 3 | | 3 | 6 |
| 4 | 4 | WPROWADZENIE NA RYNEK PRACY | | Z | | | | 0 | | | 16 | 16 | | | 2 | 2 |
| 5 | 4 | PSYCHOLOGIA SPRZEDAŻY | | Z | | | | 0 | | | 24 | 24 | | | 3 | 3 |
| 6 | 4 | PSYCHOLOGICZNE DETERMINANTY PROCESU DECYZYJNEGO KONSUMENTA | | Z | | | | 0 | | | 16 | 16 | | | 2 | 2 |
| 7 | 4 | TRENDY I KIERUNKI ZARZĄDZANIA SPRZEDAŻĄ | | Z | | | | 0 | | | 16 | 16 | | | 2 | 2 |
| 8 | 4 | PRAKTYKA ZAWODOWA | | | | | | 0 | | | 320 | 320 | | | 5 | 5 |
| 9 | 4 | PROSEMINARIUM | | Z | | | | 0 | | | 16 | 16 | | | 2 | 2 |
| | | Suma | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 32 | 0 | 464 | 496 | 6 | 0 | 24 | 30 |
| 1 | 5 | JĘZYK OBCY | | E | | | | 0 | | | 24 | 24 | | | 2 | 2 |
| 2 | 5 | PSYCHOLOGIA MARKETINGU I REKLAMY | | E/Z | | | | 0 | 16 | | 16 | 32 | 3 | | 3 | 6 |
| 3 | 5 | TECHNIKI SPRZEDAŻY | | Z | | | | 0 | | | 24 | 24 | | | 5 | 5 |
| 4 | 5 | PSYCHOLOGICZNE ASPEKTY KOMUNIKATU REKLAMOWEGO | | Z | | | | 0 | | | 24 | 24 | | | 4 | 4 |
| 5 | 5 | PROCESY POZNAWCZE W REKLAMIE | | Z | | | | 0 | | | 16 | 16 | | | 2 | 2 |
| 6 | 5 | EMOCJE W REKLAMIE | | Z | | | | 0 | | | 16 | 16 | | | 2 | 2 |
| 7 | 5 | E-COMMERCE I INNE NIEKONWENCJONALNE KANAŁY SPRZEDAŻY | | Z | | | | 0 | | | 16 | 16 | | | 2 | 2 |
| 8 | 5 | PRAKTYKA ZAWODOWA | | | | | | 0 | | | 320 | 320 | | | 5 | 5 |
| 9 | 5 | SEMINARIUM DYPLOMOWE | | Z | | | | 0 | | | 24 | 24 | | | 2 | 2 |
| | | Suma | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 16 | 0 | 480 | 496 | 3 | 0 | 27 | 30 |
| 1 | 6 | JĘZYK OBCY | | E | | | | 0 | | | 21 | 21 | | | 2 | 2 |
| 2 | 6 | BUDOWANIE STRATEGII REKLAMOWO-SPRZEDAŻOWEJ FIRMY | | Z | | | | 0 | | | 28 | 28 | | | 6 | 6 |
| 3 | 6 | WYKORZYSTYWANIE ASPEKTÓW PSYCHOLOGII W REKRUTACJI, SELEKCJI I ROZWOJU HANDLOWCÓW | | Z | | | | 0 | | | 21 | 21 | | | 4 | 4 |
| 4 | 6 | STANDARDY ETYCZNE W REKLAMIE I SPRZEDAŻY | | Z | | | | 0 | | | 14 | 14 | | | 2 | 2 |
| 5 | 6 | OCENA PSYCHOLOGICZNYCH ASPEKTÓW ODDZIAŁYWANIA REKLAMY | | Z | | | | 0 | | | 21 | 21 | | | 4 | 4 |
| 6 | 6 | PRAKTYKA ZAWODOWA | | | | | | 0 | | | 320 | 320 | | | 5 | 5 |
| 7 | 6 | SEMINARIUM DYPLOMOWE | | Z | | | | 0 | | | 21 | 21 | | | 7 | 7 |
| | | Suma | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 446 | 446 | 0 | 0 | 30 | 30 |
| | | Suma | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 364 | 24 | 1574 | 1962 | 63 | 5 | 109 | 182 |