



Przedmiot: Socjotechnika w biznesie				
Forma zajęć: wykład	Semestr: 9	Rok: 5	Wymiar godzin: 15	Punkty ECTS:
Forma zaliczenia: zaliczenie bez oceny		Typ przedmiotu: do wyboru		Język nauczania: polski
Kierunek:			Tryb: stacjonarne	Rodzaj: jednolite magisterskie
Specjalność:				
Katedra: Socjologii i Polityki Społecznej				
Stopień naukowy wykładowcy: dr		Imię i nazwisko wykładowcy: Łukasz Jurek		

Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):

brak

Program przedmiotu:

Istota i rodzaje socjotechniki
Rola heurystyk wydawania sądów i reagowania kontrolowanego w procesie podejmowania decyzji
Techniki wywierania wpływu na ludzi:
- zasada kontrastu
- reguła wzajemności
- zasada zaangażowania i konsekwencji
- zasada społecznego dowodu słuszności
- zasada lubienia i sympatii
- reguła niedostępności
- zasada autorystetu
Manipulacja w działalności biznesowej

Metody dydaktyczne:

Wykład monograficzny z wykorzystaniem technik multimedialnych

Cele przedmiotu:

Zajęcia mają przybliżyć studentom pojęcie socjotechniki i możliwości jej zastosowania w różnych obszarach działalności biznesowej. Inżynieria społeczna dysponuje szeroką gamą narzędzi, za pomocą których kształtowane są (zgodne z założeniami) postawy klientów, pracowników czy kontrahentów biznesowych. Przedstawione zostaną sposoby wywierania wpływu na ludzi, manipulacji i perswazji.

Warunki zaliczenia:

Literatura podstawowa (do 4 pozycji):

R. Cialdini, Wywieranie wpływu na ludzi, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2009
J. Kubin, J. Kwaśniewski, Socjotechnika. KONTrowersje, rozwój, perspektywy, IPSiR UW, Warszawa 2000
A. Podgórecki, Zasady socjotechniki, Wiedza Powszechna, Warszawa 1966

Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):

T. Trejderowski, Socjotechnika, ENETEIA, Warszawa 2009