

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

<b>Charakteristika studijního předmětu dle nařízení vedení FF UP</b>				
<b>Název studijního předmětu</b>	<i>Myšlení a rozhodování v praxi</i>			
<b>Typ předmětu</b>	<i>volitelný</i>		<b>doporučený ročník / semestr</b>	<i>3./Z</i>
<b>Rozsah studijního předmětu (kolik hodin přednášek, seminářů, cvičení)</b>	<i>1+1+0</i>	<b>hod. za týden</b>	<i>2</i>	<b>kreditů</b> <i>3</i>
<b>Jiný způsob vyjádření rozsahu</b>				
<b>Způsob zakončení</b>	<i>zápočet</i>		<b>Forma výuky</b>	<i>Přednáška / seminář</i>
<b>Cíle předmětu (česky/anglicky)</b>				
Lidské myšlení a rozhodování v osobním i pracovním životě je jen málokdy čistě logické a kritické, neboť k tomu obvykle nemáme dostatek informací, času nebo to ani není možné. Proto obvykle musíme využívat různé zkratky, heuristiky či intuici – pomocníky, kteří nám běžně dobře pomáhají, ale často nás také zavedou na scestí. Cílem předmětu je poukázat na to, kdy může být „rychlé“ intuitivní přemýšlení a rozhodování efektivní a kdy je naopak výhodné „zpomalit“ (abychom například nenaletěli prodejci „výhodného mobilního tarifu“).				
<b>Předpoklady (např. splnění jiného předmětu) (česky/anglicky)</b>				
<i>Žádné / None.</i>				
<b>Obsah (česky/anglicky)</b>				
Předmět je zaměřen na tyto okruhy: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jak lidé přemýšlí a rozhodují se (myšlení pomalé a rychlé; logika, intuice)</li> <li>• Meze vědomého a racionálního a „chytrost“ intuitivního a neuvědomovaného.</li> <li>• Přesvědčování a manipulace (např. přesvědčování a argumentace; jak se bránit manipulaci)</li> <li>• Vnímání rizika a jistoty (např. role náhody; rizika spojená s životními změnami; kdy podceňujeme rizika a kdy naopak přeceňujeme; riziko podnikatelského záměru; je jistota „jistá“?).</li> <li>• Spotřebitelské chování (např. jak se rozhodujeme pro koupi určitého produktu či služby; vědomé a nevědomé vlivy; manipulace zákazníků; jak získat zákazníka)</li> <li>• Jak se ptát na myšlenky a rozhodování.</li> </ul>				
Tento předmět vznikl díky projektu CZ.1.07/2.2.00/28.0138 Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů.				
<b>Požadavky (podmínky splnění kurzu) (česky - podrobně/anglicky - stručně)</b>				
<i>Docházka (max. 2 x 1,5 hodiny absence)</i> <i>Domácí příprava na hodiny (např. četba)</i> <i>Vypracování analýzy (ne)zkresleného rozhodování.</i>				

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

**Literatura (Základní, Rozšiřující, Doporučená)****Základní:**

- Kahneman, D. (2012). *Myšlení, rychlé a pomalé*. Brno: Jan Melvil.
- Cialdini, R. B. (2012). *Vliv. Síla přesvědčování a manipulace*. Praha: Bizbooks.
- Ariely, D. (2009). *Jak drahé je zdarma: proč chytrí lidé přijímají špatná rozhodnutí: iracionální faktory v ekonomice i životě*. Praha: Práh.

**Rozšiřující:**

- Baron, J. (2008). *Thinking and Deciding*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lilienfeld S. O., Lynn S. J., Ruscio J., & Beyerstein B. L. (2011). *50 největších mýtů populární psychologie. Opravník obecně oblíbených omylů o lidském chování*. Praha: Universum.
- Wilson, T. (2002). *Strangers to Ourselves: Discovering the Adaptive Unconscious*. Belknap Press.
- Vysekalová, J. a kol. (2012). *Psychologie reklamy*. Praha: Grada.
- Vysekalová, J. (2004). *Psychologie spotřebitele: jak zákazníci nakupují*. Praha: Grada.

**Doporučená:**

- Neusar, A. (2009). Jaké zdroje informací používáme při usuzování o příčinách vlastního chování. *E-psychologie*, 3, 2. <http://www.e-psycholog.eu/pdf/neusar.pdf>
- Bradburn, N., Sudman, S., & Wansink, B. (2004). *Asking Questions: The Definitive Guide to Questionnaire Design*, San Francisco: Jossey-Bass.
- Eysenck, M. W., & Keane, M. T. (2008). *Kognitivní psychologie*. Praha: Academia.

**Časová náročnost jednotlivých aktivit**

Položky: 75

Účast na výuce: 24h

Domácí příprava: 20 h

Příprava na (zápočet): 20 h

Samostudium: 11 h

**Získané způsobilosti (česky/anglicky)**

- Má hluboké porozumění, jak lidé přemýšlí a rozhodují se.
- Je schopen se efektivně rozhodovat i v situacích, kdy má nedostatek informací.
- Umí se zorientovat v problému a možných zkresleních ovlivňujících úsudek.
- Rozpozná manipulaci a umí se jí bránit.
- Zná slabá místa svého přemýšlení a rozhodování.

**Vyučovací metody**



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

*Demonstrace*

*Dialogická*

*Projekce*

*Přednášení*

**Hodnotící metody**

*Analýza výkonu studenta*

*Systematické pozorování studenta*