



wersja sylabusu dostępna cyfrowo

Psychologia relacji z klientem

Psychology of Client Relations

Metryka przedmiotu

Program studiów dla przedmiotu obowiązujący od cyklu kształcenia: 2025/2026

Kierunek studiów: Architektura wnętrz

Rok i semestr studiów: Rok trzeci, Semestr piąty

Poziom kształcenia: Studia pierwszego stopnia

Profil kształcenia na kierunku: Praktyczny

Moduł kształcenia dla przedmiotu: Kierunkowy

Nazwa specjalizacji (jeśli przedmiot specjalizacyjny): Nie dotyczy

Status przedmiotu: Obligatoryjny

Liczba godzin

Tabela 1. Liczba godzin na studiach stacjonarnych i studiach niestacjonarnych

Forma zajęć	Liczba godzin studia stacjonarne	Liczba godzin studia niestacjonarne
Warsztaty	15	8
Razem za zajęcia dydaktyczne	15	8
Praca własna studenta	35	42
Ogółem	50	50

Liczba punktów ECTS

2 punkty ECTS

Forma zaliczenia

Tabela 2. Forma zaliczenia zajęć

Forma zajęć	Forma zaliczenia	Waga
Warsztaty	Zaliczenie na ocenę	100%



Wymagania wstępne

Brak wymagań wstępnych wynikających z następstwa przedmiotów.

Cele kształcenia przedmiotu

1. Zrozumienie psychologicznych mechanizmów rządzących relacją projektant-inwestor oraz procesem decyzyjnym klienta w toku realizacji inwestycji.
2. Nabycie praktycznych umiejętności w zakresie skutecznej komunikacji, prowadzenia wywiadu projektowego (briefingu), negocjacji oraz rozwiązywania sytuacji konfliktowych.
3. Kształtowanie postawy profesjonalnej opartej na asertywności, etyce zawodowej oraz umiejętności stawiania granic w relacji biznesowej.

Efekty uczenia się

Wiedza

Tabela 3. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy

Lp.	Efekty przedmiotowe	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
W1	Student zna i rozumie psychologiczne zasady efektywnego komunikowania się interpersonalnego w kontekście biznesowym oraz specyfikę relacji usługowej w branży kreatywnej	AW_WG15	Kolokwium z podstaw psychologii biznesu; Studium przypadku

Umiejętności

Tabela 4. Efekty uczenia się w zakresie umiejętności

Lp.	Efekty przedmiotowe	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
U1	Student potrafi samodzielnie doskonalić swoje kompetencje miękkie, planując rozwój w zakresie komunikacji i psychologii, aby lepiej zarządzać procesem współpracy z klientem	AW_UU01	Autodiagnoza stylu komunikacji; Opracowanie planu rozwoju kompetencji miękkich



Kompetencje społeczne

Tabela 5. Efekty uczenia się w zakresie kompetencji społecznych

Lp.	Efekty przedmiotowe	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
K1	Student jest gotów do krytycznej oceny odbieranych treści i opinii klienta, oddzielając emocje od merytoryki, co pozwala na efektywniejszą pracę nad projektem	AW_KK02	Obserwacja reakcji w symulowanej sytuacji trudnej; Udział w dyskusji po ćwiczeniu
K2	Student jest gotów do ciągłego nabywania wiedzy (także z dziedzin pokrewnych jak psychologia czy socjologia) i zasięgania opinii ekspertów w rozwiązywaniu problemów interpersonalnych	AW_KR01	Aktywność podczas warsztatów; Analiza literatury przedmiotu
K3	Student jest gotów do respektowania zasad etyki zawodowej, dbania o dobre imię zawodu oraz brania odpowiedzialności za jakość relacji z inwestorem i wykonawcami	AW_KR03	Ocena postawy etycznej w analizie przypadków; Dyskusja o granicach odpowiedzialności projektanta

Treści kształcenia

Tabela 6. Treści kształcenia

Lp.	Treść kształcenia (tematyka zajęć)	Liczba godzin warsztatów studia stacjonarne	Liczba godzin warsztatów studia niestacjonarne
1	Trójkąt projektowy: Relacje na linii Projektant – Klient – Projekt. Analiza ról, oczekiwań i mitów dotyczących "idealnego klienta" i "idealnego projektanta"	2	1
2	Pierwsze wrażenie i budowanie zaufania: Psychologia kontaktu, mowa ciała, wizerunek profesjonalisty, znaczenie pierwszego spotkania dla dalszej współpracy	2	1
3	Typologia klientów: Rozpoznawanie typów osobowości i stylów decyzyjnych klientów. Jak pracować z klientem dominującym, niezdecydowanym czy drobiazgowym?	2	1
4	Komunikacja interpersonalna w pracy architekta: Aktywne słuchanie, parafrazowanie, zadawanie pytań otwartych – narzędzia skutecznego wywiadu	1	1
5	Psychologia potrzeb a psychologia przestrzeni: Docieranie do ukrytych potrzeb klienta, subiektywny odbiór wnętrza, przywiązanie do przedmiotów, lęk przed zmianą – rola projektanta jako przewodnika	2	1
6	Asertywność w zawodzie projektanta: Stawianie granic, umiejętność mówienia "nie", obrona koncepcji projektowej bez agresji i uległości	2	1



Lp.	Treść kształcenia (tematyka zajęć)	Liczba godzin warsztatów studia stacjonarne	Liczba godzin warsztatów studia niestacjonarne
7	Konflikt w procesie projektowym: Źródła konfliktów (budżet, terminy, estetyka), dynamika konfliktu i metody jego deeskalacji (Mediacje)	2	1
8	Radzenie sobie z krytyką i odpowiedzialność: Jak przyjmować negatywny feedback od klienta? Oddzielanie oceny projektu od oceny osoby projektanta, dylematy moralne w pracy z klientem, lojalność, poufność, uczciwość kupiecka	2	1
Razem		15	8

Metody kształcenia

Metody podające: mini-wykłady wprowadzające do zagadnień psychologicznych

Metody aktywizujące: studiów przypadków z realnej praktyki projektowej, dyskusja moderowana

Metody praktyczne: odgrywanie ról – symulacje rozmów z klientem (wywiad, negocjacje, konflikt), trening asertywności.

Formy pracy: praca w parach, praca w grupach warsztatowych

Warunki zaliczenia

Tabela 7. Warunki zaliczenia zajęć

Sposób zaliczenia	Wagi (%)
Ćwiczenia warsztatowe wykonywane podczas zajęć	100
Razem	100%

Rozliczenie pracy własnej studenta

Tabela 8. Czynności i liczba godzin pracy własnej

Czynności w ramach pracy własnej	Szacowana liczba godzin studia stacjonarne	Szacowana liczba godzin studia niestacjonarne
Obserwacja i analiza wybranej sytuacji obsługi klienta (niekoniecznie w branży projektowej) pod kątem komunikacji	5	6
Przygotowanie scenariusza rozmowy z "trudnym klientem" na potrzeby ćwiczeń	6	7
Lektura zadanej literatury z zakresu psychologii biznesu	9	10



Czynności w ramach pracy własnej	Szacowana liczba godzin studia stacjonarne	Szacowana liczba godzin studia niestacjonarne
Wykonanie testu autodiagnostycznego (np. styl komunikacji lub asertywności)	3	5
Przygotowanie refleksji pisemnej na temat własnych predyspozycji do pracy z ludźmi	12	14
Razem	35	42

Literatura obowiązkowa

1. Cialdini R.B., Pre-swazja. Jak w pełni wykorzystać techniki wpływu społecznego, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne (GWP), 2016.
2. Cialdini R., Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne (GWP), 2009.

Literatura uzupełniająca

Ury W., Odchodząc od NIE. Negocjowanie z trudnymi partnerami, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2004.