Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	WE - Psychologia społeczna, PG_00179154		
Kierunek studiów	Kryminologia (O)		
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2025/2026
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć	
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na odległość (e-learning)
Rok studiów	1	Język wykładowy	polski Polski
Semestr studiów	1	Liczba punktów ECTS	2.0
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	zaliczenie
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Transportu i Handlu Morskiego -> Zakład Gospodarki Elektronicznej		
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr hab. Jacek Winiarski, prof. UG	
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		

Formy zajęć

Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
Liczba godzin zajęć	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30

W tym liczba godzin zajęć na odległość: 30.0

Aktywność studenta i liczba godzin pracy

Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów	Udział w konsultacjach	Praca własna studenta	RAZEM
Liczba godzin pracy studenta	30	2.0	18.0	50

Cel przedmiotu

Przedmiot ma na celu zapoznanie studentów z podstawowymi mechanizmami psychologii społecznej w kontekście funkcjonowania gospodarki i organizacji. Student pozna wpływ czynników społecznych na podejmowanie decyzji ekonomicznych, zachowania konsumenckie oraz funkcjonowanie w środowisku pracy.

Efekty uczenia się przedmiotu

Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	Potrafi dokonywać obserwacji, oceniać i krytycznie analizować przyczyny oraz przebieg procesów i zjawisk zachodzących w gospodarce otwartej, potrafi formułować własne opinie na ten temat, interpretować niezbędne w tym zakresie dane statystyczne oraz wskaźniki ekonomiczne, a także prognozować procesy i zjawiska gospodarcze z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi stosowanych w naukach ekonomicznych	[SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny

Treści przedmiotu	**Wykład 1: Wprowadzenie do psychologii społecznej w ekonomii** • Definicje i zakres psychologii społecznej • Związki między psychologią społeczną a ekonomią behawioralną • Przegląd klasycznych teorii i współczesnych nurtów • Metodologia badań w psychologii społecznej **Wykład 2: Percepcja społeczna i jej wpływ na decyzje ekonomiczne** • Mechanizmy percepcji społecznej • Błędy poznawcze w ocenie sytuacji ekonomicznych • Wpływ pierwszego wrażenia na transakcje biznesowe • Stereotypy i ich konsekwencje ekonomiczne **Wykład 3: Postawy i ich zmiana w kontekście ekonomicznym** • Struktura i funkcje postaw • Formowanie się postaw wobec marek i produktów • Teoria dysonansu poznawczego w zachowaniach konsumenckich • Techniki zmiany postaw w marketingu **Wykład 4: Wpływ społeczny i konformizm na rynku** • Rodzaje wpływu społecznego (normatywny, informacyjny) • Konformizm w zachowaniach konsumenckich • Wpływ grupy odniesienia na decyzje zakupowe • Fenomen "stadności" na rynkach finansowych **Wykład 5: Psychologia grup w organizacjach** • Dynamika grupowa w zespołach pracowniczych • Proces podejmowania decyzji grupowych • Myślenie grupowe (groupthink) i jego konsekwencje • Zarządzanie konfliktem w grupach roboczych **Wykład 6: Przywództwo i władza w kontekście ekonomicznym** • Teorie przywództwa i ich zastosowanie w biznesie • Rodzaje władzy w organizacjach • Wpływ stylu przywództwa na wydajność ekonomiczną • Przywództwo w czasach kryzysu finansowego **Wykład 7: Komunikacja i perswazja w biznesie** • Zasady skutecznej komunikacji interpersonalnej • Techniki perswazji w sprzedaży i negocjacjach • Komunikacja niewerbalna w kontaktach biznesowych • Manipulacja vs etyczne wywieranie wpływu **Wykład 8: Psychologia konsumenta** • Motywacje i potrzeby konsumentów • Proces podejmowania decyzji zakupowych • Wpływ emocji na wybory konsumenckie • Psychologia cen i promocji **Wykład 9: Tożsamość społeczna i zachowania w miejscu pracy** • Teoria tożsamości społecznej w organizacjach • Kultura organizacyjna i jej wpływ na pracowników • Zjawiska dyskryminacji i ich konsekwencje ekonomiczne • Różnorodność jako kapitał organizacyjny **Wykład 10: Psychologia tłumu i zachowania zbiorowe na rynkach** • Mechanizmy psychologii tłumu • Panika finansowa i bańki spekulacyjne • Zachowania stadne inwestorów • Media społecznościowe a decyzje ekonomiczne mas **Wykład 11: Stres, wypalenie zawodowe i ich wpływ na produktywność** • Źródła stresu w środowisku pracy • Syndrom wypalenia zawodowego • Koszty ekonomiczne stresu dla organizacji • Strategie radzenia sobie ze stresem w pracy **Wykład 12: Etyka i odpowiedzialność społeczna w psychologii ekonomicznej** • Dylematy etyczne w stosowaniu wiedzy psychologicznej w biznesie

<table>
<tr><td></td><td colspan="3">• Odpowiedzialność społeczna przedsiębiorstw
• Zrównoważony rozwój a psychologia społeczna
• Przyszłość psychologii społecznej w ekonomii cyfrowej</td></tr>
<tr><td>Wymagania wstępne i dodatkowe</td><td colspan="3">Przedmioty poprzedzające:

• Mikroekonomia I
• Podstawy socjologii (zalecane)</td></tr>
<tr><td>Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się</td><td colspan="3"><table><tr><th>Sposób oceniania (składowe)</th><th>Próg zaliczeniowy</th><th>Składowa oceny końcowej</th></tr><tr><td>Egzamin (Quiz, Moodle - Learning management system)</td><td>51.0%</td><td>100.0%</td></tr></table></td></tr>
<tr><td rowspan="3">Zalecana lista lektur</td><td>Podstawowa lista lektur</td><td colspan="2">1. Cialdini, R. B. (2021). Influence, new and expanded: The psychology of persuasion. Harper Business.
2. Hogg, M. A., & Vaughan, G. M. (2018). Social psychology (8th ed.). Pearson.
3. Ariely, D. (2009). Predictably irrational: The hidden forces that shape our decisions (Revised and expanded ed.). HarperCollins.</td></tr>
<tr><td>Uzupełniająca lista lektur</td><td colspan="2">1. Aronson, E., Wilson, T. D., Akert, R. M., & Sommers, S. R. (2019). Social psychology (9th ed.). Pearson.
2. Kahneman, D. (2011). Thinking, fast and slow. Farrar, Straus and Giroux.
3. Heath, C., & Heath, D. (2007). Made to stick: Why some ideas survive and others die. Random House.</td></tr>
<tr><td>Adresy eZasobów</td><td colspan="2">Podstawowe

https://openstax.org/details/books/psychology-2e - Psychology 2e został napisana, aby spełnić wymagania dotyczące zakresu i sekwencji dla jednosemestralnego kursu wprowadzającego do psychologii. Książka oferuje kompleksowe podejście do podstawowych pojęć, oparte zarówno na klasycznych badaniach, jak i aktualnych i pojawiających się badaniach. Tekst zawiera również omówienie DSM-5 w badaniach zaburzeń psychicznych. Psychologia zawiera dyskusje, które odzwierciedlają różnorodność w obrębie dyscypliny, a także różnorodność kultur i społeczności na całym świecie.

Uzupełniające

https://openstax.pl/szczegoly-ksiazki?book=Psychologia - Psychologia powstała z myślą o studentach jednosemestralnego kursu ze wstępu do psychologii. Podręcznik jest obszernym omówieniem wszystkich podstawowych zagadnień w ujęciu klasycznym z uwzględnieniem najnowszej wiedzy. Książka zawiera również opis zaburzeń psychicznych i wprowadza terminologię zgodną z DSM-5 oraz ICD-10. Wydanie jest polską adaptacją wydania Psychology 2e OpenStax. Zastosowano lokalizacją kulturową, publikacja została dostosowana do potrzeb polskich studentów i wymogów na uczelniach w Polsce. Szersze modyfikacje wprowadzono w rozdziałach „Badania”, „Emocje i motywacje”, „Osobowość” oraz „Psychologia społeczna”, a rozdział poświęcony psychologii pracy i organizacji został stworzony od nowa z myślą o polskim czytelniku.</td></tr>
</table>

Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	**Wykład 1-3: Podstawy teoretyczne** • Jak percepcja społeczna wpływa na ocenę wiarygodności kredytowej klientów? • Dlaczego teoria dysonansu poznawczego jest kluczowa dla zrozumienia zachowań konsumenckich? • W jaki sposób stereotypy wpływają na decyzje rekrutacyjne w organizacjach? • Jakie są różnice między wpływem normatywnym a informacyjnym w kontekście inwestycji finansowych? **Wykład 4-6: Dynamika grupowa** • Kiedy konformizm może być korzystny, a kiedy szkodliwy dla organizacji? • Jak zjawisko "groupthink" przyczyniło się do kryzysu finansowego 2008 roku? • Jakie style przywództwa są najbardziej efektywne w różnych sytuacjach ekonomicznych? • Dlaczego zespoły różnorodne kulturowo mogą osiągać lepsze wyniki finansowe? **Wykład 7-9: Komunikacja i konsument** • Które techniki perswazji są etyczne w negocjacjach biznesowych? • Jak emocje wpływają na decyzje zakupowe konsumentów luxury? • W jaki sposób tożsamość społeczna pracowników wpływa na produktywność? • Jakie są psychologiczne mechanizmy działania programów lojalnościowych? **Wykład 10-12: Fenomeny zbiorowe i etyka** • Jak media społecznościowe mogą wywołać panikę finansową? • Jakie są koszty ekonomiczne stresu w miejscu pracy?
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.