

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Psychologia społeczna , PG_00199944						
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2027/2028		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych		
Forma studiów	niestacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	3	Liczba punktów ECTS			2.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			egzamin		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Transportu i Handlu Morskiego -> Zakład Gospodarki Globalnej						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Bożena Klusek-Wojciszke				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	14.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
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	14		4.0		32.0	50
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studenta z zagadnieniami z psychologii społecznej koncentrującymi wokół problematyki wywierania wpływu społecznego. Inaczej mówiąc pozwalającymi na udzielenie odpowiedzi na pytanie: w jaki sposób to corobi myśli i czuje jeden człowiek wpływa na to co robi, myśli i czuje drugi człowiek?						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu		Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[MSG3_W09] ma wiedzę o człowieku jako jednostce podejmującej decyzje ekonomiczne, działającej w strukturach społecznych i jednostkach organizacyjnych, w szczególności przedsiębiorstwach lub prowadzącej indywidualną działalność gospodarczą		Student rozumie psychologiczne mechanizmy podejmowania decyzji ekonomicznych przez jednostki funkcjonujące w strukturach społecznych i organizacyjnych, w tym w przedsiębiorstwach oraz w ramach indywidualnej działalności gospodarczej.		[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny		
	[MSG3_W06] zna i rozumie relacje między podmiotami gospodarczymi i instytucjami publicznymi funkcjonującymi w sferze krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej		Student zna i rozumie psychologiczne uwarunkowania relacji między podmiotami gospodarczymi a instytucjami publicznymi w kontekście krajowym, międzynarodowym i międzykulturowym.		[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny		
	[MSG3_W01] ma zaawansowaną wiedzę z zakresu nauk ekonomicznych, w szczególności ekonomii i jej miejsca w systemie nauk, w tym w obrębie pokrewnych dyscyplin naukowych		Student posiada wiedzę na temat powiązań psychologii społecznej z naukami ekonomicznymi, w szczególności w zakresie wpływu czynników psychologicznych na zjawiska ekonomiczne oraz miejsca psychologii w systemie nauk pokrewnych.		[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny		

Treści przedmiotu	<ol style="list-style-type: none"> Psychologia społeczna jako nauka. Definicja i zakres psychologii społecznej; specyfika dziedziny (indywidualizm, pozytywizm metodologiczny, stały wzrost zakresu); podstawowe typy metod badawczych; główne reguły i przykłady zastosowań. Mechanizmy wpływu społecznego i główne techniki manipulacji społecznej. Zaangażowanie w działanie; reguła wzajemności, reguła niedostępności, reguła społecznego dowodu słuszności, reguła autorytetu; lubienie (maksymalizacja własnej atrakcyjności). Stereotypy i uprzedzenia. Geneza stereotypów i uprzedzeń; teorie akcentuacji i tożsamości społecznej; wpływ na spostrzeganie ludzi; poznawcze, emocjonalne i społeczne funkcje stereotypów. Spostrzeganie ludzi i ich zachowań. Wyznaczniki interpretacji i zachowań człowieka; podstawowa idea teorii atrybucji; różnica aktor - obserwator i jej wyjaśnienia; ukryte teorie osobowości. Ocenianie innych. Rola deskryptywnej treści informacji (moralność i sprawiedliwość); wpływ schematów na ocenianie. Atrakcyjność interpersonalna. Teorie atrakcyjności interpersonalnej; wyznaczniki atrakcyjności: wygląd (wrodzone i kulturowe wyznaczniki atrakcyjności fizycznej), zalety, podobieństwo, przysługi, komplementy, kooperacja; mechanizmy oddziaływania atrakcyjności: reguła skojarzenia i zjawisko pławienia się w cudzej chwale. Zachowania prospołeczne. Główne teorie prospołeczności: koncepcje socjobiologiczne, model decyzyjny, koncepcje pobudzenia; podstawowe wyznaczniki prospołeczności. Teorie agresji - wyznaczniki i kontrola. Teoria agresji jako instynkty i jej ograniczenia; hipoteza frustracji - agresji jej ograniczenia i ewolucja; teoria społecznego uczenia się agresji i modelowanie; empiryczna trafność teorii agresji w świetle współczesnych badań; podstawowe wyznaczniki agresji. Grupy społeczne. Struktura grupy; cele i normy grupowe; interakcje i komunikacja w grupie; zadaniowe funkcjonowanie grupy; syndrom myślenia grupowego. <p>Wątpliwości powstałe w trakcie realizacji treści przedmiotowych lub problemy interpretacyjne będą rozwiązywane podczas konsultacji.</p>								
Wymagania wstępne i dodatkowe									
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	<table border="1"> <tr> <td>Sposób oceniania (składowe)</td> <td>Próg zaliczeniowy</td> <td>Składowa oceny końcowej</td> </tr> <tr> <td>egzamin pisemny</td> <td>51.0%</td> <td>100.0%</td> </tr> </table>	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	egzamin pisemny	51.0%	100.0%		
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej							
egzamin pisemny	51.0%	100.0%							
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> Wojciszke B. Psychologia społeczna, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2011. Doliński D, Grzyb T. Sto technik wpływu społecznego, Smak Słowa, Sopot, 2022. Cialdini, R. B. Wywieranie Wpływu na ludzi. Teoria i Praktyka, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2009. 							
	Uzupełniająca lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> Stephan, W. G. i Stephan C. W. (1999) Wywieranie Wpływu Przez Grupy. Psychologia Relacji. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne. Zimbardo P.G, R. J. Gerring, Psychologia i życie, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2022. Crips R.J, Turner R.N. Psychologia społeczna, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2023. 							
	Adresy eZasobów								
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania									
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy								

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.