

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Social Psychology, PG_00206983						
Kierunek studiów	International Business (O), Logistics and Mobility (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć z obszarów nauk humanistycznych lub nauk społecznych		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	1		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	1		Liczba punktów ECTS		5.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		egzamin		
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Urszula Mrzygłód				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	0.0	0.0	30.0	0.0	60
	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	60		0.0		65.0	125
Cel przedmiotu	Psychologia społeczna zajmuje się wyjaśnianiem, w jaki sposób inni ludzie wpływają na myśli, uczucia i zachowanie. Celem kursu jest zapoznanie uczestników z przeglądem badań i teorii osadzonych w psychologii społecznej, które wyjaśniają interakcje społeczne. W trakcie kursu nacisk zostanie położony na zrozumienie zasad w dziedzinie psychologii społecznej, które są wykorzystywane w codziennym życiu każdego człowieka i bardziej ogólnie pomagają wyjaśnić wybrane problemy społeczne.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[IBL3_W06] zna i rozumie ekonomiczne, prawne, instytucjonalne i etyczne uwarunkowania funkcjonowania przedsiębiorstw w środowisku biznesu międzynarodowego.	Student zna i rozumie podstawowe procesy psychologii społecznej wyjaśniające zachowania jednostek i grup w środowisku społecznym i organizacyjnym, w tym mechanizmy współpracy, konfliktu oraz dylematów społecznych.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[LML3_W06] zna w zaawansowanym stopniu wybrane metody i narzędzia, w tym techniki statystyczne, pozwalające opisywać i modelować procesy i systemy logistyczne i mobilności	Student zna podstawowe źródła wiedzy wykorzystywane w psychologii społecznej oraz rozumie znaczenie badań empirycznych.	[SW3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[IBL3_W02] zna i rozumie w stopniu zaawansowanym strukturę oraz zasady funkcjonowania biznesu międzynarodowego, w szczególności rolę przedsiębiorstw, rynków i instytucji w gospodarce światowej.	Student zna i rozumie rolę czynników psychologicznych wpływających na zachowania uczestników życia gospodarczego, w szczególności konsumentów i pracowników.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[LML3_K05] prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań, związane z wykonywaniem zawodu	Student dostrzega występowanie dylematów społecznych oraz rozumie, że mogą one być postrzegane z różnych perspektyw.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[IBL3_K02] wykazuje gotowość do krytycznej oceny własnej wiedzy oraz odbieranych informacji w obszarze biznesu międzynarodowego, ekonomii i finansów.	Student dostrzega znaczenie korzystania z różnych źródeł informacji oraz potrzebę rozwijania swojej wiedzy z zakresu psychologii społecznej.	[SK3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[LML3_U01] potrafi prawidłowo interpretować zjawiska gospodarcze i społeczne oraz stosować wiedzę z zakresu ekonomii, finansów, nauk o zarządzaniu, logistyki i mobilności do wyjaśniania zjawisk gospodarczych	Student potrafi interpretować wybrane postawy i zachowania ludzi z wykorzystaniem podstawowych pojęć psychologii społecznej oraz wskazywać wnioski wynikające z badań empirycznych.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[IBL3_U01] potrafi interpretować i wyjaśniać zjawiska ekonomiczne oraz analizować ich przyczyny, przebieg i wzajemne zależności z wykorzystaniem wiedzy z zakresu biznesu międzynarodowego, ekonomii i finansów.	Student potrafi interpretować wybrane postawy i zachowania ludzi z wykorzystaniem podstawowych pojęć psychologii społecznej oraz wskazywać wnioski wynikające z badań empirycznych.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[LML3_W07] ma wiedzę o zasadach ekonomicznych i finansowych funkcjonowania oraz zarządzania podmiotami i organizacjami gospodarczymi, które wymagają wsparcia logistycznego lub świadczą usługi logistyczne, a także o normach i regulacjach prawnych, organizacyjnych, moralnych i etycznych funkcjonowania instytucji publicznych	Student zna i rozumie podstawowe procesy psychologii społecznej wyjaśniające interakcje społeczne oraz występowanie dylematów społecznych w funkcjonowaniu grup i organizacji.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[IBL3_U06] potrafi komunikować się z wykorzystaniem specjalistycznej terminologii z zakresu biznesu międzynarodowego, ekonomii i finansów.	Student potrafi posługiwać się podstawową terminologią z zakresu psychologii społecznej.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[LML3_K02] ma świadomość poziomu swojej wiedzy w obszarze logistyki i mobilności, rozumie potrzebę pogłębiania oraz aktualizowania tej wiedzy przez całe życie	Student dostrzega znaczenie korzystania z różnych źródeł informacji oraz potrzebę rozwijania swojej wiedzy z zakresu psychologii społecznej.	[SK3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[IBL3_U09] potrafi pracować samodzielnie oraz w zespołach, w tym o charakterze interdyscyplinarnym, a także planować i organizować własne zadania oraz pracę zespołu.	Student dostrzega znaczenie współpracy w grupie i potrafi realizować powierzone mu zadania w ramach zespołu.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport

	<table><tr><th>Efekt kierunkowy</th><th>Efekt z przedmiotu</th><th>Sposób weryfikacji i oceny efektu</th></tr><tr><td>[LML3_W03] ma zaawansowaną wiedzę o relacjach między podmiotami gospodarczymi i instytucjami publicznymi funkcjonującymi w sferze krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej, rozumie znaczenie logistyki i mobilności dla ich funkcjonowania</td><td>Student zna i rozumie rolę czynników psychologicznych wpływających na relacje między jednostkami, grupami i organizacjami.</td><td>[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny</td></tr></table>	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu	[LML3_W03] ma zaawansowaną wiedzę o relacjach między podmiotami gospodarczymi i instytucjami publicznymi funkcjonującymi w sferze krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej, rozumie znaczenie logistyki i mobilności dla ich funkcjonowania	Student zna i rozumie rolę czynników psychologicznych wpływających na relacje między jednostkami, grupami i organizacjami.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny										
Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu															
[LML3_W03] ma zaawansowaną wiedzę o relacjach między podmiotami gospodarczymi i instytucjami publicznymi funkcjonującymi w sferze krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej, rozumie znaczenie logistyki i mobilności dla ich funkcjonowania	Student zna i rozumie rolę czynników psychologicznych wpływających na relacje między jednostkami, grupami i organizacjami.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny															
Treści przedmiotu	1. Dlaczego warto studiować psychologię społeczną? Wprowadzenie do przedmiotu. Zakres przedmiotu i wymagania. Struktura przedmiotu. Przykłady: sprawa Kitty Genovese, badanie Triplett, fałszywe wiadomości, zachowania tłumu. 2. Metody badawcze w psychologii społecznej. Wymagania dotyczące projektów studenckich i terminy ich realizacji. (Podręcznik: rozdziały 2 i 4.) 3. Poczucie własnego ja i tożsamość społeczna (Podręcznik: rozdział 6.) 4. Poznanie społeczne i oceny społeczne (Podręcznik: rozdział 7.) 5. Percepcja społeczna i procesy atrybucji (Podręcznik: rozdział 7.) 6. Postawy, zachowanie i dysonans poznawczy. (Podręcznik: rozdział 7.) 7. Perswazja i zmiana postaw. Zastosowania perswazji w marketingu i komunikacji społecznej. (Podręcznik: rozdział 17.) 8. Konformizm i posłuszeństwo - Przykłady klasycznych badań: Asch i Milgram (Podręcznik: rozdział 16.) 9. Grupy, normy i przynależność (Podręcznik: rozdział 10.) 10. Porównania społeczne, samoocena i dobrostan psychiczny. (Podręcznik: rozdział 13.) 11. Stereotypy, uprzedzenia i dyskryminacja (Podręcznik: Rozdział 18.) 12. Współpraca i dylematy społeczne (Podręcznik: Rozdział 21.) 13. Zachowania pomocowe i prospołeczne, Przykłady badań: Darley i Latané. (Podręcznik: Rozdział 20.) 14. Agresja i konflikty społeczne. Psychologiczne mechanizmy eskalacji i deeskalacji konfliktów. (Podręcznik: Rozdział 19.) 15. Psychologia społeczna w świecie cyfrowym: media społecznościowe, dezinformacja, sztuczna inteligencja i zaufanie. (Zajęcia interaktywne, wybrane artykuły naukowe.) Projekt semestralny realizowany jest w trzech etapach i ma na celu rozwijanie umiejętności studentów w zakresie identyfikowania problemów społecznych, formułowania pytań badawczych oraz stosowania wiedzy z zakresu psychologii społecznej do projektowania badań naukowych. Praca wykonywana jest samodzielnie lub w grupach (do 4 osób, zalecane). Studenci mają za zadanie opracować projekt badawczy dotyczący wybranego zjawiska społecznego lub organizacyjnego. Temat projektu ustalany jest w porozumieniu z wykładowcą i odnosi się do zagadnień omawianych na zajęciach. Celem projektu nie jest przeprowadzenie badań empirycznych, lecz opracowanie ich ram oraz zastosowanie wiedzy z zakresu psychologii społecznej w celu wyjaśnienia wybranego zjawiska społecznego. Cały projekt, łącznie z prezentacją, stanowi 40 procent oceny końcowej. Etap I: Zdefiniowanie problemu i pytania badawczego (10%). Uzasadnienie znaczenia wybranego tematu z perspektywy psychologii społecznej. (Termin: tekst o objętości 1–2 stron; odpowiedzi ustne/pisemne na pytania prowadzącego). Etap II – Hipoteza i metodologia badań (10%): Sformułowanie hipotezy badawczej (lub hipotez); opracowanie ram metodologicznych badania (określenie uczestników, metod gromadzenia danych, proponowanej metody analizy, zmiennych); sformułowanie narzędzia badawczego i procedur badawczych. (Wymagania dotyczące złożenia: wszystkie elementy w pliku Word; ustne/pisemne odpowiedzi na pytania prowadzącego) Etap III – Teoretyczne i praktyczne aspekty proponowanego badania (10%). Które teorie i koncepcje z zakresu psychologii społecznej pomagają wyjaśnić badane zjawisko? Jakich wyników można się spodziewać w oparciu o te teorie? Jakie są możliwe praktyczne zastosowania tych wyników? Jakie są ograniczenia projektu? Bibliografia. Prezentacja projektu (10%) (5–7 min).																
Wymagania wstępne i dodatkowe	Brak																
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	<table><tr><th>Sposób oceniania (składowe)</th><th>Próg zaliczeniowy</th><th>Składowa oceny końcowej</th></tr><tr><td>Prace domowe</td><td>51.0%</td><td>15.0%</td></tr><tr><td>Prezentacja projektu</td><td>51.0%</td><td>10.0%</td></tr><tr><td>Projekt - propozycja badania</td><td>51.0%</td><td>30.0%</td></tr><tr><td>Egzamin pisamenny (pytani otwarte i zamknięte)</td><td>51.0%</td><td>45.0%</td></tr></table>		Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	Prace domowe	51.0%	15.0%	Prezentacja projektu	51.0%	10.0%	Projekt - propozycja badania	51.0%	30.0%	Egzamin pisamenny (pytani otwarte i zamknięte)	51.0%	45.0%
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej															
Prace domowe	51.0%	15.0%															
Prezentacja projektu	51.0%	10.0%															
Projekt - propozycja badania	51.0%	30.0%															
Egzamin pisamenny (pytani otwarte i zamknięte)	51.0%	45.0%															
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Biswas-Diener, R., & Diener, E. (Eds.). (2016). <i>Together: The science of social psychology</i> . Noba. https://nobaproject.com															

	Uzupełniająca lista lektur	Jhangiani, R., Tarry, H., & Stangor, C. (Eds.). (2014). <i>Principles of social psychology</i> (1st international ed.). BCcampus. https://opentextbc.ca/socialpsychology/ Bail, C. A., Argyle, L. P., Brown, T. W., Bumpus, J. P., Chen, H., Hunzaker, M. B. F., Lee, J., Mann, M., Merhout, F., & Volfovsky, A. (2018). Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. <i>Proceedings of the National Academy of Sciences</i>, 115(37). https://doi.org/10.1073/pnas.1804840115 Goldstein, N. J., Cialdini, R. B., & Griskevicius, V. (2008). A room with a viewpoint: Using social norms to motivate environmental conservation in hotels. <i>Journal of Consumer Research</i>, 35(3), https://doi.org/10.1086/586910 Logg, J. M., Minson, J. A., & Moore, D. A. (2019). Algorithm appreciation: People prefer algorithmic to human judgment. <i>Organizational Behavior and Human Decision Processes</i>, 151. https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2018.12.005 Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. <i>Trends in Cognitive Sciences</i>, 25(5). https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007 Jarosz, P. B., & Biela, A. (2009). Use of the stereotype content model in describing work groups in Poland. <i>Roczniki Psychologiczne</i>, 12(1).
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Omów wybrane zjawisko związane z relacjami międzygrupowymi i wyjaśnij, jakie mechanizmy psychologiczne mogą je wyjaśniać.	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.