

Subject card

Subject name and code	Psychology, PG_00143596						
Field of study	Sightseeing and Historical Tourism						
Date of commencement of studies	October 2024	Academic year of realisation of subject			2024/2025		
Education level	undergraduate studies	Subject group			Obligatory subject group in the field of study Humanistic-social subject group		
Mode of study	full-time studies	Mode of delivery			at the university		
Year of study	1	Language of instruction			Polish		
Semester of study	2	ECTS credits			2.0		
Learning profile	academic	Assessment form					
Conducting unit	Pracownia Psychologii Badań Biznesu -> Instytut Psychologii -> Faculty of Social Sciences -> Rektor						
Name and surname of lecturer (lecturers)	Subject supervisor		dr Zdzisław Nieckarz				
	Teachers		dr Zdzisław Nieckarz				
Lesson types	Lesson type	Lecture	Tutorial	Laboratory	Project	Seminar	SUM
	Number of study hours	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30
	E-learning hours included: 0.0						
Learning activity and number of study hours	Learning activity	Participation in didactic classes included in study plan		Participation in consultation hours		Self-study	SUM
	Number of study hours	30		3.0		20.0	53
Subject objectives	The aim of the subject is to acquire the ability to efficiently use the conceptual apparatus in the field of social influence and social interaction (including social groups and intercultural differences). The student is expected to understand the most important phenomena of social psychology and to translate this knowledge into the assessment of social life (e.g. accurate recognition of manipulation techniques used in everyday life: in groups (including sects); in trade and marketing, etc.). Moreover, a student equipped with knowledge of social interactions should understand the mechanisms of the emergence of aggression, love, prosocial behavior. They should acquire the ability to understand the interaction processes in the behavior of groups, dyads and in their own.						

Learning outcomes	Course outcome	Subject outcome	Method of verification
	[KiTHL3_K06] Is ready to responsibly perform their professional roles and comply with the rules of professional ethics, including special care for safeguarding the interests of customers of tourist services	Through knowledge of social influence, he demonstrates social responsibility and prevents social abuse. He demonstrates creativity in techniques for moderating aggressive behavior among people.	[SK1] oral statement/conversation/discussion [SK6] demonstration of practical skills [SK8] observation of student's independent or team work
	[KiTHL3_K01] Critically evaluates the knowledge possessed, demonstrates readiness to constantly expand it and seek expert opinions in the event of difficulties with solving the problem on their own	Seeing social situations, recognizes the rules of social influence that occur here. Classifies strategies of social influence. Draws conclusions about the behavior of a person subjected to social influence in situations such as: agitation to groups, watching advertisements, buying, etc.	[SK1] oral statement/conversation/discussion [SK6] demonstration of practical skills [SK8] observation of student's independent or team work
	[KiTHL3_K04] It is ready to recognize and respect different points of view determined by different national and cultural backgrounds; showing understanding for the world of values and attitudes of people in different periods and historical contexts	The student knows and recognizes all the rules of social influence. Explains techniques and strategies of social influence. Is able to explain psychological phenomena using Festinger's dissonance theory. Distinguishes basic forms of interpersonal interactions, describes aggression, love, prosocial behavior. Draws simple conclusions from human behavior in the social world in the category of interactions. Illustrates the functioning of social groups and supplements knowledge with the influence of intercultural differences.	[SK1] oral statement/conversation/discussion [SK5] implementation of a problem task [SK8] observation of student's independent or team work
	[KiTHL3_W09] Knows and understands the basic economic, legal, ethical and other determinants of various types of professional activity related to sightseeing and historical tourism, including the basic concepts and principles of industrial property protection and copyright	Learns the motives and causes of aggressive and prosocial behavior, and the creation of bonds between partners. Solves tasks related to the functioning of social groups, and analyzes cross-cultural influences.	[SW1] oral statement/conversation/discussion [SW5] implementation of a problem task
	[KiTHL3_U12] Can plan the work of a team and cooperate with other people as part of team work (also of an interdisciplinary nature)	He cares about good interpersonal relations. He is sensitive to helping others and is willing to engage in charity work. He shows responsibility for good cooperation and communication in a social group. He can work in a team, a social group. He appreciates intercultural differences and is willing to work to eliminate prejudices.	[SU1] oral statement/conversation/discussion [SU6] demonstration of practical skills
Subject contents	1. Introduction: Social Psychology as a Science. Research Methods in Psychology.2. Social Motives: Basic Motives Driving Behavior: Belonging3. Human Social Knowledge and Its Influence on Perception of the Social World4. Self-Structure and Information Processing5. Self-Presentation Attitudes and Their Change6. Conformism and Submission to Authority7. Mechanisms of Social Influence8. Social Group and Group Processes9. Love and the Dynamics of Close Emotional Relationships10. Intergroup Relations (Stereotypes and Prejudices)11. Prosocial Behavior12. Aggression13. Psychopathy, Machiavellianism, Narcissism14. Collectivism and Individualism, Values in Different Cultures		
Prerequisites and co-requisites			
Assessment methods and criteria	Subject passing criteria	Passing threshold	Percentage of the final grade
	test	51.0%	100.0%

Recommended reading	Basic literature	<p>1. Wprowadzenie: psychologia społeczna jako nauka. Metody badawcze w psychologii. Przedmiot badań psychologii społecznej. Główne perspektywy w psychologii społecznej: poznawcza, motywacyjna, teorii uczenia się, ewolucyjna, społeczno-kulturowa. Metody badawcze w psychologii. Literatura: Wojciszke, B. (2012). Psychologia społeczna. Warszawa: Scholar, Rozdział 1</p> <p>2. Motywy społeczne: Podstawowe motywy kierujące zachowaniem: przynależność, sprawczość, poznanie, samoocena; rola wsparcia społecznego i wykluczenia; strategie wyboru celów Literatura: Wojciszke, B. (2012). Psychologia społeczna. Warszawa: Scholar, Rozdział 2</p> <p>3. Społeczna wiedza człowieka i jej wpływ na spostrzeganie świata społecznego Schematy społeczne budowa, treść, rodzaje. Stereotypy (schematy osób i typów osob), schematy cech i ukryte teorie osobowości jako przykłady schematów społecznych. Skrypty i ich wpływ na działanie. Schematy a przetwarzanie informacji: selekcja, interpretacja i zapamiętanie informacji. Wpływ zgodności informacji ze schematem na jej zapamiętanie i odtworzenie pamięć reprodukcyjna i generatywna. Wpływ schematów na zachowanie. Aktywizacja wiedzy i jej mechanizmy. Literatura: Wojciszke, B. (2012). Psychologia społeczna. Warszawa: Scholar, Rozdział 3</p>
---------------------	------------------	---

	Supplementary literature	<p>Cantor, N. i Mischel, W. (1993). Prototypy w postrzeganiu osob. W T. Maruszewski (red.). Poznanie. Afekt. Zachowanie. (s. 20-52). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.</p> <p>4. Struktura ja a przetwarzanie informacji. Autoprezentacja Treść i geneza pojęcia ja wybrane koncepcje. Funkcje ja, struktura ja i jej wpływ na motywacje motywy: utrzymania tożsamości, sprawowania kontroli, utrzymania pozytywnej samooceny. Funkcje utrzymywania pozytywnej samooceny. Autoprezentacja: funkcje i wyznaczniki. Obronne i asertywne techniki autoprezentacji. Literatura: Wojciszke, B. (2012). Psychologia społeczna. Warszawa: Scholar, Rozdział 6 Literatura uzupełniająca: Leary, M. (1999). Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.</p> <p>5. Postawy i ich zmiana. Funkcje postaw. Wpływ postaw na przetwarzanie informacji. (nie)zgodność postaw z zachowaniem. Zmiana postaw model perswazji Petty'ego i Caccioppo. Literatura: Wojciszke, B. (2012). Psychologia społeczna. Warszawa: Scholar, Rozdział 8</p> <p>6. Konformizm i uleganie autorytetom. Normatywny i informacyjny wpływ społeczny. Mechanizmy i wyznaczniki konformizmu. Uwarunkowania posłuszeństwa względem autorytetu sytuacyjne i osobowościowe (orientacja na dominację społeczną, autorytaryzm). Literatura: Asch, S. E. (2001). Opinie i nacisk społeczny. W E. Aronson, (red.) Człowiek istota społeczna. Wybór tekstów. (s. 37-47). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. Milgram, S. (2001). Behawioralne badanie posłuszeństwa. W E. Aronson, (red.) Człowiek istota społeczna. Wybór tekstów. (s. 48-64). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. Haney, C., Banks, C. i Zimbardo, Ph. G. (2001). Więźniowie i strażnicy - badanie w symulowanym wwiezieniu. W E. Aronson, (red.) Człowiek istota społeczna. Wybór tekstów. (s. 83-101). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.</p> <p>7. Mechanizmy wpływu społecznego Podstawowe mechanizmy wpływu społecznego: zaangażowanie w działanie, słusność, lubienie, reguła wzajemności i reguła niedostępności. Techniki wywierania wpływu na ludzi: stopa w drzwiach, niska piłka, drzwiami w twarz, hustawka emocjonalna i inne. Obrona przed manipulacją. Literatura: Cialdini, R. (1996/2016). Wywieranie wpływu na ludzi. Gdansk: GWP</p> <p>8. Miłość i dynamika bliskich związków uczuciowych Trójskładnikowa teoria miłości: intymność, namiętność i zobowiązanie (Sternberg). Sześciofazowy model dynamiki miłości (Wojciszke). Literatura: Wojciszke, B. (1998). Psychologia miłości. Gdansk: GWP</p> <p>9. Grupa społeczna i procesy grupowe Struktura i funkcjonowanie grupy: normy i role grupowe. Podstawowe zjawiska grupowe: facylitacja, deindywidualizacja, rozproszenie odpowiedzialności, próżniactwo społeczne. Spójność a efektywność pracy grupowej. Wpływ większości i mniejszości na podejmowanie decyzji grupowych. Literatura: Oyster, (2002) Grupy. Poznan: Zysk i S-ka. (s.21-52).</p> <p>10. Stosunki międzygrupowe (stereotypy i uprzedzenia) Hierarchie i konflikty międzygrupowe, stereotypy grupowe, modyfikacja i kontrola uprzedzeń. Literatura: Sherif, M. (2001). Eksperyment z zakresu konfliktu grupowego. W E. Aronson, (red.) Człowiek istota społeczna. Wybór tekstów. (s. 517-528). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. Wojciszke, B. (2012). Psychologia społeczna. Warszawa: Scholar, Rozdział 19</p> <p>11. Zachowania prospołeczne Zachowania prospołeczne i altruizm. Teorie zachowań prospołecznych. Wyznaczniki pomagania. Reakcja na pomoc. Literatura: Buss, D. (2001). Psychologia ewolucyjna. Gdansk: GWP. (281-304) Wojciszke, B. (2012). Psychologia społeczna. Warszawa: Scholar, Rozdział 14</p>
	eResources addresses	Adresy na platformie eNauczanie:
Example issues/ example questions/ tasks being completed		
Work placement	Not applicable	