Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Wprowadzenie do psychologii ekonomicznej i marketingu, PG_00166012						
Kierunek studiów	Psychologia (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu	2027/2028			
Poziom kształcenia	jednolite magisterskie		Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów			
Forma studiów	niestacjonarne		Sposób realizacji	na uczelni			
Rok studiów	2		Język wykładowy	polski			
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS	2.0			
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia	zaliczenie			
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Nauk Społecznych -> Instytut Psychologii -> Zakład Psychologii Ekonomicznej i Psychologii Organizacji						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		prof. dr hab. Anna Zawadzka, prof. UG				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	9.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9
	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	9		5.0	36.0	50	
Cel przedmiotu	Poznanie podstaw psychologii stosowanej w zakresie Homo oeconomicus. Nabycie podstawowej wiedzy na temat psychologii ekonomicznej Nabycie podstawowej wiedzy na temat psychologii marketingu i konsumenta.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[PSYCHJ5_U04] Potrafi w sposób klarowny, spójny i precyzyjny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim, a w języku obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego , używa specjalistycznej terminologii, umie konstruować rozbudowane ustne i pisemne uzasadnienia na tematy dotyczące różnych zagadnień psychologicznych z wykorzystaniem różnych ujęć teoretycznych, korzystając z dorobku zarówno psychologii, jak i innych dyscyplin naukowych.	Potrafi w sposób klarowny, spójny i precyzyjny wypowiadać się w mowie i na piśmie.	[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[PSYCHJ5_K03] Docenia znaczenie nauk psychologicznych dla rozwoju jednostki i prawidłowych więzi w społeczeństwie, ma pozytywne nastawienie do nabywania wiedzy z zakresu studiowanej dyscypliny naukowej i budowania warsztatu pracy psychologa	Docenia znaczenie nauk psychologicznych dla rozwoju jednostki i prawidłowych więzi w społeczeństwie, ma pozytywne nastawienie do nabywania wiedzy.	[SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[PSYCHJ5_U02] Potrafi wykorzystywać i integrować wiedzę teoretyczną z zakresu psychologii oraz powiązanych z nią dyscyplin w celu analizy złożonych problemów psychologicznych, wychowawczych, pomocowych czy terapeutycznych, a także diagnozowania i projektowania działań praktycznych	Potrafi wykorzystywać i integrować wiedzę teoretyczną z zakresu psychologii oraz powiązanych z nią dyscyplin w celu analizy złożonych problemów psychologicznych.	[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[PSYCHJ5_W10] Ma poszerzoną wiedzę na temat biologicznych, pedagogicznych, społecznych i filozoficznych podstaw funkcjonowania psychicznego człowieka; rozumie istotę funkcjonalności i dysfunkcjonalności, harmonii i dysharmonii, normy i patologii	Ma pogłębioną i rozszerzoną wiedzę na temat biologicznych, społecznych i filozoficznych podstaw funkcjonowania psychicznego człowieka.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[PSYCHJ5_W09] Ma poszerzoną i uporządkowaną wiedzę na temat teorii wychowania, uczenia się i nauczania, innych procesów edukacyjnych oraz o różnych środowiskach wychowawczych, ich specyfice i procesach w nich zachodzących	Ma uporządkowaną wiedzę na temat teorii wychowania, uczenia się i nauczania, innych procesów edukacyjnych.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[PSYCHJ5_W07] Ma pogłębioną wiedzę na temat specyfiki relacji społecznych, zjawisk społecznych oraz rządzących nimi prawidłowości z punktu widzenia psychologii	Ma a pogłębioną wiedzę na temat specyfiki relacji społecznych, zjawisk społecznych oraz rządzących nimi prawidłowości z punktu widzenia psychologi.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[PSYCHJ5_U06] Potrafi rozwiązywać problemy badawcze: rozróżnia orientacje w metodologii badań psychologicznych, formułuje problemy badawcze, dobiera adekwatne metody badania, metody statystyczne i narzędzia badawcze, konstruuje narzędzia badawcze; opracowuje, prezentuje i interpretuje wyniki badań, wyciąga wnioski, wskazuje kierunki dalszych badań, w obrębie wybranej specjalizacji psychologii	Posiada rozwinięte umiejętności badawcze: formułuje problemy badawcze, dobiera adekwatne metody badania, metody statystyczne i narzędzia badawcze.	[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny

Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
[PSYCHJ5_U01] Potrafi obserwować, wyszukiwać i przetwarzać informacje na temat zjawisk społecznych rozmaitej natury, przy użyciu różnych źródeł oraz interpretowania ich z punktu widzenia problemów psychologicznych i zdrowotnych. Jest gotowa do formułowania opinii dotyczących pacjentów, klientów, grup społecznych w kontekście związanym z wykonywaniem zawodu.	Posiada pogłębione umiejętności obserwowania, wyszukiwania i przetwarzania informacji na temat zjawisk społecznych rozmaitej natury.	[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
[PSYCHJ5_K01] Jest gotowa do ciągłego rozwoju osobistego i zawodowego oraz ma pogłębioną świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności.	Ma pogłębioną świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego rozwoju osobistego i zawodowego.	[SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny

Treści przedmiotu

1. Rozwój Psychologii ekonomicznej jako nauki. Różnice pomiędzy ekonomią a psychologia ekonomiczną. Inne dziedziny nauki powiązane z Psychologią ekonomiczną.
2. Podejmowanie decyzji. Racjonalność i irracjonalność w zachowaniach ekonomicznych. Rodzaje heurystyk. Heurystyki - ich znaczenie i konsekwencje w podejmowaniu decyzji. Teoria perspektywy. Decyzje finansowe i ryzyko.
3. Socjalizacja ekonomiczna dzieci. Rozwój rozumienia pojęć ekonomicznych przez dzieci (np. ceny, pieniądza, zysku) i marketingowych (np. marka, reklama). Modele społeczne rozwoju ekonomicznego dzieci: rola środowiska, stylów wychowawczych i cech demograficznych w procesie socjalizacji ekonomicznej.
4. Psychologia pieniądza. Percepcja pieniądza. Znaczenie pieniądza w zachowaniach ekonomicznych i w relacjach społecznych, w motywacji do działania, pracy. Postawy wobec pieniądza różnice indywidualne.
5. Wartości moralne i społeczne w zachowaniach ekonomicznych. Dylematy społeczne ograniczonych zasobów i dobra publicznego rozwiązania dylematów i zachowania ludzi w sytuacji dylematów. Zachowania w grach ekonomicznych (dyktator, ultimatum, zaufanie, dobro publiczne). Etyka w biznesie.
6. Ekonomiczne przesłanki i efekty dobrostanu psychicznego. Teorie wyjaśniające związek pomiędzy dobrobytem i dobrostanem. Konsumpcjonizm, materializm efekty dla dobrostanu amerykański marzenia.

Wymagania wstępne i dodatkowe

Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się

Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	52.0%	100.0%

Zalecana lista lektur

Podstawowa lista lektur

Czapiński, J. (2017). Psychologia szczęścia. (Rozdział 2).Warszawa: Wydawnictwo Scholar

Grzelak, J. (2004). Dylematy społeczne. W: Tyszka T. Psychologia ekonomiczna. Sopot: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Goszczyńska, M., Kołodziej S., Trzcińska, A. (2012). Uwikłani w świat pieniądza i konsumpcji. O socjalizacji socjoekonomicznej dzieci. Warszawa: Wydawnictwo Dyfin.

Gigernezer, G., Todd, P.M (2022). Smart heuristics for individuals, teams and organizations. annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior, 9 (1), 171-198.

Kahneman, D. (2012). Pułapki myślenia. O myśleniu szybkim i myśleniu wolnym. Warszawa: Media i Rodzina.

Tyszka T. (2010). Decyzje. (Rozdziały: 1, 6, 7, 10, 15) Warszawa: Wydawnictwo Scholar

Schwartz, B. (2020). Paradoks wyboru. Warszawa: Wydawnictwo PWN

Zaleśkiewicz T. (2013). Psychologia ekonomiczna. (Rozdziały: 1, 3, 4, 9) Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN

Zawadzka, A.M. (2014). Wartości i cele dobrostan w kulturze konsumpcji. W: Zawadzka A.M., Niesiobędzka, M., Godlewska Werner (red). Warszawa: Wydawnictwo Liberilibri

	Uzupełniająca lista lektur	Ariely, D. (2009). Potęga irracjonalności. Wrocław: Wydawnictwo Dolnośląskie. Baryła, W. 2013). Pieniądz w umyśle. Sopot: Smak Słowa Gąsiorowska, A. (2014). Psychologiczne znaczenie pieniędzy. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN Gilovich, T., Ross, L. (2021). Najmądrzejszy w pokoju. Sopot. Smak Słowa. Kahneman, D., Sibony, O., Sustein, C. (2021). Szum. Skąd się biorą błędy w naszych decyzjach. Warszawa: Media i Rodzina. Zawadzka, A.M., Niesiobędzka, M. (2017). Red. Tajemnice Reklamy o tym, jak reklama wpływa na dzieci i młodzież. Warszawa: Wydawnictwo Liberilibri
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Jak kultura konsumpcji wpływa na nasze zachowania i postawy? Jakie zastosowanie ma w społeczeństwie i biznesie Teoria systemów Kahnemana Tverskyego? Jak ludzie reagują na dylematy moralne w biznesie?	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.