Uniwersytet Gdański

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 Kłusek-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 problematykiwywierania 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
[MSGL3_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
[MSGL3_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
[MSGL3_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

Treści przedmiotu

1. **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.
2. **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).
3. **Stereotypy i uprzedzenia.** Geneza stereotypów i uprzedzeń; teorie akcentuacji i tożsamości społecznej; wpływ na spostrzeganie ludzi; poznawcze, emocjonalne i społeczne funkcje stereotypów.
4. **Spostrzeganie ludzi i ich zachowań.** Wyznaczniki interpretacji i zachowań człowieka; podstawowa idea teorii atrybucji; różnica aktor - obserwator i jej wyjaśnienia; ukryte teorie osobowości.
5. **Ocenianie innych.** Rola deskryptywnej treści informacji (moralność i sprawiedliwość); wpływ schematów na ocenianie.
6. **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.
7. **Zachowania prospołeczne.** Główne teorie prospołeczności: koncepcje socjobiologiczne, model decyzyjny, koncepcje pobudzenia; podstawowe wyznaczniki prospołeczności.
8. **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.
9. **Grupy społeczne.** Struktura grupy; cele i normy grupowe; interakcje i komunikacja w grupie; zadaniowe funkcjonowanie grupy; syndrom myślenia grupowego.

Wątpliwości powstałe w trakcie realizacji treści przedmiotowych lub problemy interpretacyjne będą rozwiązywane podczas konsultacji.

Wymagania wstępne i dodatkowe

Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się

Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
egzamin pisemny	51.0%	100.0%

Zalecana lista lektur

Podstawowa lista lektur

1. Wojciszke B. Psychologia społeczna, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2011.
2. Doliński D, Grzyb T. Sto technik wpływu społecznego, Smak Słowa, Sopot, 2022.
3. Cialdini, R. B. Wywieranie Wpływu na ludzi. Teoria i Praktyka, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2009.

Uzupełniająca lista lektur

1. Stephan, W. G. i Stephan C. W. (1999) Wywieranie Wpływu Przez Grupy. Psychologia Relacji. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
2. Zimbardo P.G, R. J. Gerring, Psychologia i życie, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2022.
3. 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.