

Psychologia społeczna - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Psychologia społeczna
Kod przedmiotu	04.4-WZS-TiRP-PS
Wydział	Wydział Nauk Biologicznych
Kierunek	Turystyka i rekreacja
Profil	praktyczny
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2018/2019

Informacje o przedmiocie	
Semestr	2
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr Adam Dąbek

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Wykład	15	1	-	-	Zaliczenie na ocenę
Ćwiczenia	15	1	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Rozumienie motywacji ludzkich zachowań. Znajomość zasad postrzegania społecznego. Wykształcenie umiejętności analizy procesu grupowego. Określenie atrakcyjności interpersonalnej. Świadome kształtowanie relacji z ludźmi. Nabycie wiedzy o postawach i możliwości ich zmian. Rozumienie sensu pojęcia umysł społeczny. Radzenie sobie ze stresem.

Wymagania wstępne

Wiedza z zakresu funkcjonowania jednostki w społeczeństwie (socjologia).

Zakres tematyczny

WYKŁADY

1. Wprowadzenie do psychologii społecznej.
2. Rozumienie siebie i świata społecznego: dysonans poznawczy a potrzeba podtrzymywania samooceny; w jaki sposób myślimy o świecie społecznym (schematy i ich oddziaływanie, heurystyki wydawania sądów).
3. Spostrzeganie społeczne: jak dochodzimy do rozumienia innych ludzi.
4. Rozumienie siebie: w jaki sposób poznajemy samych siebie.
5. Konformizm: wpływanie na zachowanie (informacyjny wpływ społeczny, normatywny wpływ społeczny, posłuszeństwo autorytetowi).
6. Postawy i zmiany postaw – wpływanie na myśli i uczucia. Kiedy na podstawie postaw można przewidywać zachowania.
7. Procesy grupowe (grupy niespołeczne, grupy społeczne, interakcje w grupie: współpraca i konflikt).

ĆWICZENIA

1. Atrakcyjność interpersonalna: od pierwszego wrażenia do związków uczuciowych (teorie atrakcyjności interpersonalnej, rodzaje związków uczuciowych, przyczyny miłości).
2. Zachowanie prospołeczne: dlaczego ludzie pomagają innym?
3. Agresja: dlaczego raniemy innych ludzi?
4. Upředzenia: powszechne zjawisko społeczne, rola stereotypów wywoływaniu upředzeń.
5. Psychologia społeczna a biznes: zachowania konsumenckie, dobór pracowników, przywództwo i kierowanie.
6. Umysł społeczny: rola procesów poznawczych i motywacyjnych w autoprezentacji.

Metody kształcenia

- Wykład
- Ćwiczenia konwersatoryjne
- Praca w grupach i prezentacje.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągania efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Rozumie siebie i wie jak dochodzimy do rozumienia innych ludzi	K_W02	kolokwium	- Wykład - Ćwiczenia
Wie jaka jest struktura postaw i jak można je zmieniać	K_W02	kolokwium	- Wykład - Ćwiczenia
Wie jak procesy poznawcze i motywacyjne wpływają na zachowania społeczne ludzi	K_W02	kolokwium	- Wykład - Ćwiczenia
Potrafi rozpoznawać interakcje społeczne w grupie, budować relacje oparte na współpracy oraz przeciwdziałać konfliktom w grupie	K_U07	praca w grupie, konwersatoria	- Wykład - Ćwiczenia
Potrafi analizować zachowania prospołeczne i wpływ stereotypów na uprzedzenia w relacjach społecznych	K_U01	praca w grupie	- Wykład - Ćwiczenia
Rozumie rolę wiedzy psychologicznej w analizie motywacji zachowań interpersonalnych i autoprezentacji	K_K02	- aktywność w trakcie zajęć - dyskusja	- Wykład - Ćwiczenia
Uznaje znaczenie wiedzy psychologicznej w diagnozowaniu zachowań konsumenckich i projektowaniu działań biznesowych	K_K09	- aktywność w trakcie zajęć - dyskusja	- Wykład - Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Uzyskanie pozytywnej oceny z kolokwium, ocena zaangażowania w ćwiczeniach konwersatoryjnych, ocena udziału w efektach pracy grupowej.

Literatura podstawowa

1. Zimbardo P. G., Psychologia i życie, Warszawa 2002.
2. Myers D. G., Psychologia społeczna, Poznań 2003.
3. Aronson E., Wilson T. D., Akert R. M., Psychologia społeczna. Serce i umysł, Poznań 1997.

Literatura uzupełniająca

1. Moskovici S. (red.), Psychologia społeczna. W relacji ja – inni, Warszawa 1998.
2. Hamer H., Psychologia społeczna. Teoria i praktyka, Warszawa 2005.
3. Stephan W. G., Stephan C. W., Wywieranie wpływu przez grupę. Psychologia relacji, Gdańsk 1999.
4. Forgas J. P., Williams K> D., Wheeler L. (red.), Umysł społeczny. Poznawcze i motywacyjne aspekty zachowań interpersonalnych, Gdańsk 2005.

Uwagi

Zmodyfikowane przez doc. dr Krzysztof Dzieńdziura (ostatnia modyfikacja: 07-01-2019 14:11)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ