

Metodologia badań psychologicznych ze statystyką I - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Metodologia badań psychologicznych ze statystyką I
Kod przedmiotu	14.0-WP-PSChM-MBPzS1
Wydział	Wydział Nauk Społecznych
Kierunek	Psychologia
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	jednolite magisterskie
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2019/2020

Informacje o przedmiocie	
Semestr	3
Liczba punktów ECTS do zdobycia	7
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr hab. Oleg Gorbaniuk, prof. UZ

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	30	2	-	-	Zaliczenie na ocenę
Laboratorium	30	2	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Uzyskanie przez studenta biernej [czytanie ze zrozumieniem tekstów naukowych, krytyczna ocena prac naukowych, rozpoznanie sytuacji wymagającej konsultacji metodologicznej (metodolog, psychometra, statystyk)] i czynnej [samodzielne przeprowadzenie badań psychologicznych, replikacja badań innych badaczy, przestrzeganie zasad etycznych] znajomości metodologii badań psychologicznych. W szczególności przygotowanie studentów do samodzielnego zaplanowania badań psychologicznych z uwzględnieniem możliwości zastosowania różnych statystyk w fazie analizy danych, w tym formułowanie problemów/hipotez badawczych, wybór modelu badań, operacjonalizacja zmiennych, dobór próby z populacji, opracowanie procedury badań, dobór narzędzi statystycznych, samodzielne wykonanie analizy uzyskanych danych przy użyciu dostępnych pakietów statystycznych oraz interpretacja i wyciągnięcie wniosków z przeprowadzonych analiz.

Wymagania wstępne

Zakłada się, że student ma ogólną wiedzę psychologiczną.

Zakres tematyczny

Status metodologiczny psychologii jako nauki. Modele poznania naukowego: indukcyjny i dedukcyjny. Specyfika podejścia ilościowego i jakościowego w badaniach społecznych: różnice i wynikające stąd konsekwencje odnośnie wyboru metod badania i sposobu opracowania zgromadzonych danych. Formułowanie problemu badawczego w oparciu o znajomość aktualnego stanu wiedzy w danej dziedzinie. Rodzaje problemów/hipotez badawczych i ich testowanie. Procedura badawcza eksperymentalna i korelacyjna – związane z nimi możliwości interpretacyjne. Rodzaje zmiennych i ich operacjonalizacja. Dobór próby z populacji. Dobór adekwatnych metod gromadzenia danych ze źródeł pierwotnych. Statystyki opisowe. Standaryzacja zmiennych i skale normalizacyjne. Współczynniki korelacji parametryczne i nieparametryczne. Regresja liniowa. Wnioskowanie przyczynowo-skutkowe. Współczynniki zgodności opinii sędziów. Statystyka indukcyjna. Estymacja parametrów w populacji. Prawo wielkich liczb i centralne twierdzenie graniczne. Błąd I i II rodzaju w procesie wnioskowania statystycznego. Moc testu. Ustalanie wymaganej liczebności próby w przypadku estymacji średniej, proporcji/procentu i współczynnika korelacji w populacji.

Metody kształcenia

Wykład prowadzony w formie interakcyjnej (zadawanie pytań w trakcie wykładu) wspomagany prezentacją multimedialną i egzemplifikacją za pomocą programów statystycznych SPSS, STATISTICA, Mplus, R.

Laboratorium jest realizowane na bazie pakietu statystycznego SPSS (IBM Statistics) w sali komputerowej. Studenci mają możliwość zainstalowania pakietu statystycznego SPSS na swoim komputerze.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
-------------	-----------------	--------------------	-------------

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Znajomość bierna i czynna metodologii badań psychologicznych. Umiejętność samodzielnego zaplanowania badań psychologicznych z uwzględnieniem możliwości zastosowania różnych statystyk w fazie analizy danych, w tym formułowanie problemów/hipotez badawczych, operacjonalizacja zmiennych, dobór próby z populacji, opracowanie procedury badań, dobór narzędzi statystycznych, samodzielne wykonanie analizy uzyskanych danych przy użyciu dostępnych pakietów statystycznych oraz interpretacja i wyciągnięcie wniosków z przeprowadzonych analiz.	• K_W01 • K_W10 • K_W11 • K_W12 • K_U03 • K_U05 • K_U06 • K_U12 • K_K03	• bieżąca kontrola na zajęciach • obserwacja i ocena aktywności na zajęciach • sprawdzian • test egzaminacyjny z progami punktowymi	• Wykład • Laboratorium

Warunki zaliczenia

Test egzaminacyjny z progami punktowymi:

0-59% - niedostateczny

60-68% - dostateczny

69-76% - dostateczny plus,

77-84% - dobry,

85-92% - dobry plus,

93-100% - bardzo dobry.

Ocenę końcową ustala się na podstawie średniej arytmetycznej oceny z wykładu i laboratorium, zgodnie z zasadą:

od 2,5 do 3,24 - dostateczny

od 3,25 do 3,74 - dostateczny plus,

od 3,75 do 4,24 - dobry,

od 4,25 do 4,74 - dobry plus,

od 4,75 - bardzo dobry.

Przy ustalaniu oceny końcowej pod uwagę bierze się także oceny negatywne uzyskane w toku procesu egzaminowania/zaliczania zajęć wchodzących w skład przedmiotu.

Literatura podstawowa

1. Francuz, P., Mackiewicz, R. (2005). Przewodnik po metodologii i statystyce. Lublin: Wydawnictwo KUL.
2. Brzeziński J. (1996). Metodologia badań psychologicznych. Warszawa: PWN.
3. Bedyńska, S., Brzezicka, A. (2007 i nowsze wydania). Statystyczny drogowskaz. Praktyczny poradnik analizy danych w naukach społecznych na przykładach z psychologii. Warszawa: Academica SWPS.
4. G.Wieczorkowska, P.Kochański, M.Eljaszuk (2003). STATYSTYKA: Wprowadzenie do analizy danych sondażowych i eksperymentalnych. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
5. Ferguson, G.A., Takane Y. (1999). *Analiza statystyczna w psychologii i pedagogice*. Warszawa: PWN.
6. Z.Sawiński, P.Sztabiński, F.Sztabiński (2000 i nowsze). *Podręcznik ankietera*. Warszawa: IFIS PAN.
7. G.A. Churchill (2002 lub późniejsze). *Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne*. PWN.

Literatura uzupełniająca

1. Brzeziński J. (2004). Metodologia badań psychologicznych wybór tekstów. Warszawa: PWN
2. Górniak J., Wachnicki J. (2000). SPSS for Windows. Pierwsze kroki w analizie danych. Kraków: SPSS Polska.
3. Pavkov, T.W., Pierce, K. A. (2005). Do biegu, gotowi - start! Wprowadzenie do SPSS dla Windows. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
4. Mynarski, S. (2000). Praktyczne metody analizy danych rynkowych i marketingowych. Kraków: Zakamycze.
5. Stanisław, A. (2007). Przystępny kurs statystyki z zastosowaniem STATISTICA PL na przykładach z medycyny. Tom 1-3. Wydawca: StatSoft Polska, Kraków
6. Kaczmarczyk, S. (1999 i nowsze). *Badania marketingowe: metody i techniki*. Warszawa: PWE.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr hab. Oleg Gorbaniuk, prof. UZ (ostatnia modyfikacja: 05-11-2019 11:11)