

Psychologia ekonomiczna - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Psychologia ekonomiczna
Kod przedmiotu	14.4-WP-PSChM-PEk
Wydział	Wydział Nauk Społecznych
Kierunek	Psychologia
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	jednolite magisterskie
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2021/2022

Informacje o przedmiocie	
Semestr	9
Liczba punktów ECTS do zdobycia	4
Występuje w specjalnościach	Psychologia pracy, organizacji i zarządzania
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	- dr hab. Oleg Gorbaniuk, prof. UZ - dr Magdalena Kolańska-Stronka

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	30	2	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest ukazanie obecnej i potencjalnej roli psychologii w rozwiązywaniu problemów ekonomicznych dotyczących obecnie jednostki, grupy, organizacje i społeczeństwa poprzez przedstawienie studentom podstawowych pojęć związanych z psychologią ekonomiczną, wskazanie na stałe mechanizmy funkcjonowania w zakresie zachowań ekonomicznych: inwestowania, ubezpieczania się, oszczędzania, zadłużania się, czy hazardu oraz gier ekonomicznych a także mechanizmy tworzenia i oddziaływania reklam.

Wymagania wstępne

Znajomość psychologii ogólnej (percepcja, uczenie się i pamięć, podejmowanie decyzji, emocje i motywacje, percepcja społeczna etc).

Zakres tematyczny

1. Człowiek, jako istota dokonująca działań ekonomicznych. Przedmiot psychologii ekonomicznej. Teoria perspektywy jako opisowy model wyborów ekonomicznych.
2. Pułapki podejmowania decyzji finansowych. Skłonności poznawcze i motywacyjne inwestorów.
3. Percepcja nadprogowa, peryferyczna i podprogowa a promocja.
4. Społeczne i moralne aspekty zachowań ekonomicznych.
5. Podatki: funkcje, wiedza i uwarunkowania (nie)płacenia podatków.
6. Mechanizmy i motywy ubezpieczania się.
7. Psychologiczne aspekty oszczędzania.
8. Własność i posiadanie. Symboliczna wartość dóbr oraz konsumpcja ostentacyjna.
9. Hazard: wyjaśnienie psychologiczne, prawidłowości, odmiany.
10. Dobrobyt i jego korelaty w aspekcie mikro i makro.
11. Socjalizacja ekonomiczna.
12. Teoria gier.
13. Reklama i oddziaływanie na konsumenta.

Metody kształcenia

Wykład: Wykład wspomagany prezentacją multimedialną.

Ćwiczenia: dyskusja, praca w grupach, studium przypadku, prezentacje multimedialne, gry interaktywne

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

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

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student zna najważniejsze pojęcia, prawa i dylematy ekonomiczne, które związane są ze społecznym i psychologicznym funkcjonowaniem współczesnego człowieka a zarazem psychologiczne prawa i zjawiska, które wpływają na jego zachowania ekonomiczne	• K_W03 • K_W06 • K_W09	• kolokwium • test egzaminacyjny z progami punktowymi • case study • prezentacja zagadnienia	• Wykład • Ćwiczenia
Student umie określić wpływ czynników psychologicznych na zachowania ekonomiczne, potrafi zaproponować kampanię reklamowa, potrafi rozpoznać niewłaściwą strategię inwestowania oraz uzależnienie od hazardu.	• K_U01 • K_U02	• kolokwium • obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta • test egzaminacyjny z progami punktowymi • case study • prezentacja zagadnienia	• Wykład • Ćwiczenia
Student potrafi rozpoznać pułapki w procesie podejmowania decyzji, potrafi współpracować w grupie, kompetentnie doradzać, umie wzbudzić zaufanie, oznacza się tolerancyjnością na odmienne poglądy.	• K_K01 • K_K04 • K_K06	• dyskusja • kolokwium • obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta • test egzaminacyjny z progami punktowymi • case study • prezentacja zagadnienia	• Wykład • Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Wykład: pozytywne zaliczenie ćwiczeń oraz uzyskanie min. 60% poprawnych odpowiedzi w pisemnym teście egzaminacyjnym (progi ocen z testu: 60-68% 3,0; 68-74% 3,5; 75-84% 4,0; 85-90% 4,5; 91-100% 5,0).

W przypadku niemożliwości przeprowadzenia egzaminu w formie testowej z przyczyn niezależnych od egzaminatora lub niemożności zapewnienia jednoznacznie samodzielnej pracy studenta przeprowadza się egzamin ustny.

Ćwiczenia: Zaliczenie z oceną na podstawie:

- ocen częściowych z aktywności studenta uzyskanych w wyniku aktywności studenta weryfikowanej poprzez zadania i case study (0-20 punktów)

- ocen częściowych z praktycznych umiejętności studenta w pracy zespołowej weryfikowanej podczas analizy przypadków, dyskusji, pracy w grupach (0-20 punktów)

Z obu tych części student musi uzyskać minimum 20 punktów by zaliczyć przedmiot.

- sprawdzenia poziomu wiedzy teoretycznej studenta (kolokwium – pytania zostają sformułowane w oparciu o zagadnienia omawiane na ćwiczeniach i zadaną literaturę) - student powinien zdobyć minimum 60% punktów (tj. 18 punktów) -sprawdzian na 30 punktów

Studentowi po pozytywnym zaliczeniu testu do oceny końcowej doliczane są punkty z aktywności. Suma punktów z testu oraz aktywności stanowi ocenę końcową z przedmiotu

40-47 punktów- ocena 3,0

48-51 punktów ocena 3,5

52- 58 punktów ocena 4,0

59- 65 punktów ocena 4,5

66-70 punktów ocena 5,0

Literatura podstawowa

Tyszka, T. (red.) (2004). Psychologia ekonomiczna. Gdańsk: GWP.

Zaleśkiewicz, T. (2011). Psychologia ekonomiczna. Warszawa: PWN.

Kanheman D. (2012). Pułapki myślenia. Poznań: Media Rodzina.

Solomon, M. R. (2006). *Zachowania i zwyczaje konsumentów*. Gliwice: Helion [rozdz. 9 „Zmiana opinii a komunikacja interaktywna”]

Doliński, D. (2003). *Psychologiczne mechanizmy reklamy*. Gdańsk: GWP [rozdz. 6 „Człowiek w reklamie

Literatura uzupełniająca

Górnik-Durose, M. (2002). Psychologiczne aspekty posiadania: między instrumentalnością a społeczną użytecznością dóbr materialnych. Katowice: Uniwersytet Śląski.

Niesiołędzka M. (2013). Dlaczego nie płacimy podatków? Psychologiczna analiza uchylania się od opodatkowania. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

Liberda, Z. B. (2013). Przechylność: kto oszczędza w Polsce. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr inż. Anna Góralewska-Słońska (ostatnia modyfikacja: 25-04-2021 14:02)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ