

KARTA PRZEDMIOTU

Stopień studiów: I

Kierunek studiów:
Psychologia w biznesie
letni nabór

Semestr: III

Status przedmiotu: Obligatoryjny

Forma studiów: Stacjonarne / Niestacjonarne

Język wykładowy: polski

Kod przedmiotu: PSB1_KO_PWW

Profil: praktyczny

Nazwa przedmiotu:
Psychospołeczne
wywieranie wpływu

Forma zajęć/ liczba
godzin zajęć

Forma zaliczenia

Punkty ECTS

Stac.

Niestac.

Stacjonarne:
Wykład: 20h
Ćwiczenia: 20h
Zajęcia Projektowe: 10h

Niestacjonarne:
Wykład: 16h
Ćwiczenia: 12h
Zajęcia Projektowe: 10h

Egzamin, zaliczenie z oceną

Ogółem dla przedmiotu

3.0

3.0

Zajęcia
wymagające
bezpośredniego
udziału
prowadzącego

Punkty za
wykład

0.8

0.6

Punkty za
ćwiczenia/
lektoraty/
laboratoria/
seminarium

0.8

0.5

Ćwiczenia terenowe

Projekt

0.4

0.4

E-learning

Praca własna studenta

1

1.4

Koordynator przedmiotu: dr Magdalena Zubiel-Kasprowicz

Prowadzący: dr Magdalena Zubiel-Kasprowicz, dr Alina Matlakiewicz, mgr Piotr Ratajczak

1. Wymagania wstępne

1. Student powinien posiadać wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne wynikające z realizacji przedmiotów: Wprowadzenie do psychologii, Psychologia społeczna
2. Osiągnięcie efektów wynikających z realizacji kursów:

2. Założenia i cele kształcenia

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami wywierania wpływu i manipulacji, opartymi o czynniki i procesy psychospołeczne. Studenci pozyskają wiedzę, jak odkryć mechanizmy perswazyjne i manipulacyjne występujące w trakcie relacji interpersonalnych oraz umiejętności związane z obroną przed nimi. Wśród podstawowych założeń przedmiotu jest ukazanie strategii wywierania wpływu w kontekście poszczególnych obszarów życia społecznego, a zwłaszcza wyprofilowanie technik perswazji w sektorze biznesowym.

3. Szczegółowe efekty uczenia się:

WIEDZA

Przedmiotowy kod efektu uczenia się	Nazwa efektu uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
PSB1_KO_PWW_W1	Student opisuje procesy wywierania wpływu: przez grupę, w marketingu, w otoczeniu społecznym i biznesowym.	PSB_I_W08
PSB1_KO_PWW_W2	Student definiuje narzędzia wywierania wpływu, manipulacji oraz perswazji wykorzystywane w kreowaniu marki/produktu/osoby/firmy.	PSB_I_W19, PSB_I_W20
PSB1_KO_PWW_W3	Student rozróżnia perswazję od manipulacji.	PSB_I_W20

UMIEJĘTNOŚCI

Przedmiotowy kod efektu uczenia się	Nazwa efektu uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
PSB1_KO_PWW_U1	Student przeprowadza obserwacje zjawisk zachodzących w człowieku, organizacji i otoczeniu oraz wstępnie je analizuje i ocenia.	PSB_I_U02, PSB_I_U12
PSB1_KO_PWW_U2	Student analizuje zjawiska manipulacji wykorzystujących dysonans poznawczy, bazujących na poczuciu kontroli, skoncentrowanych na samoocenie, opartych na wrodzonych automatyzmach	PSB_I_U07
PSB1_KO_PWW_U3	Student współpracuje w zespole w zakresie przygotowanych symulacji (scenek) na temat manipulacji.	PSB_I_U16

KOMPETENCJE SPOŁECZNE

Przedmiotowy kod efektu uczenia się	Nazwa efektu uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
PSB1_KO_PWW_K1	Student jest przygotowany do przeciwstawienia się manipulacji.	PSB_I_K05

4. Szczegółowy program zajęć

Nr	Treści programowe	Przedmiotowy kod efektu uczenia się
WYKŁAD		
1.	Wywieranie wpływu przez grupę (uleganie, identyfikacja, internalizacja plus próżniactwo społeczne, facylitacja społeczna, polaryzacja grupowa)	PSB1_KO_PWW_W1, PSB1_KO_PWW_W2, PSB1_KO_PWW_U2
2.	Wywieranie wpływu w marketingu (uwaga selektywna, skojarzenia, wrażliwość zmysłowa – próg bodźca, próg różnicy, upsizing, downsizing oraz przekazy perswazyjne)	PSB1_KO_PWW_W1, PSB1_KO_PWW_W3, PSB1_KO_PWW_U1
3.	Wywieranie wpływu w otoczeniu biznesowym – CSR oraz budowanie kapitału społecznego (dylemat społeczny rolników, dylemat brakującego bohatera, tragedia wspólnej łąki).	PSB1_KO_PWW_W1, PSB1_KO_PWW_W2, PSB1_KO_PWW_U2

4.	Narzędzia wpływu ukazane z perspektywy psychologii ewolucyjnej, perspektywy neuronauk oraz ekonomiki działań.	PSB1_KO_PWW_W1, PSB1_KO_PWW_W2, PSB1_KO_PWW_U2
5.	Manipulacje wykorzystujące dysonans poznawczy.	PSB1_KO_PWW_W1, PSB1_KO_PWW_W3, PSB1_KO_PWW_U1
ĆWICZENIA		
1.	Test umiejętności przewidywania zachowań ludzi w sytuacjach manipulacyjnych - autodiagnoza, omówienie wyników, dyskusja	PSB1_KO_PWW_U1, PSB1_KO_PWW_U3
2.	Manipulacje skoncentrowane na samoocenie - zreferowanie, przedstawienie przykładów, scenki, dyskusja	PSB1_KO_PWW_U1, PSB1_KO_PWW_U2
3.	Manipulacje wykorzystujące dysonans poznawczy - zreferowanie, przedstawienie przykładów, scenki, dyskusja	PSB1_KO_PWW_U1, PSB1_KO_PWW_U2, PSB1_KO_PWW_U3, PSB1_KO_PWW_K1
4.	Manipulacje poczuciem kontroli - zreferowanie, przedstawienie przykładów, scenki, dyskusja	PSB1_KO_PWW_U1, PSB1_KO_PWW_U2, PSB1_KO_PWW_K2
5.	Manipulacje oparte na wrodzonych automatyzmach - zreferowanie, przedstawienie przykładów, scenki, dyskusja	PSB1_KO_PWW_U1, PSB1_KO_PWW_U2, PSB1_KO_PWW_K2
6.	Manipulacje kontrowersyjne - zreferowanie, przedstawienie przykładów, scenki, dyskusja	PSB1_KO_PWW_U1, PSB1_KO_PWW_U2, PSB1_KO_PWW_K2
7.	Psychologia przeciwstawienia się manipulacjom - zreferowanie, przedstawienie przykładów, scenki, dyskusja	PSB1_KO_PWW_U1, PSB1_KO_PWW_U2, PSB1_KO_PWW_K2
ZAJĘCIA PROJEKTOWE		
1.	<p>Eksperymenty związane z wykorzystaniem reguł wywierania wpływu w rzeczywistości biznesowej i społecznej:</p> <ul style="list-style-type: none"> • reguła kontrastu i kontekstu – zmiana kolejności prezentacji, przedstawienie propozycji wśród innych • wpływ imienia na wybór drogi życiowej, miejsca zamieszkania • społeczny dowód słuszności – płacenie podatków w terminie • zaangażowanie i konsekwencja – dotrzymywanie słowa (umówione wizyty) • reguła wzajemności – wdzięczność jako inwestycja w przyszłość • wpływ otoczenia na zachowanie i podejmowane decyzje 	PSB1_KO_PWW_W1, PSB1_KO_PWW_W2, PSB1_KO_PWW_W3, PSB1_KO_PWW_U1, PSB1_KO_PWW_U2

5. Metody dydaktyczne

- Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej;
- Gry dydaktyczne;
- Dyskusja dydaktyczna;
- Projekty;

6. Praca własna studenta

Studenci przygotowują projekt polegający na zaprezentowaniu wybranego obszaru mechanizmów manipulacyjnych. Celem przygotowania projektu dokonują studiów literaturowych z wybranego obszaru, poszukują praktycznych zastosowań mechanizmów w życiu społecznym, ekonomicznym itd. – np. w czasopiśmie, innych źródłach, opracowują sposób zaprezentowania tematu przed publicznością – omówienie, scenki, nagrane wcześniej krótkie filmy, przykłady itd.,

7. Literatura obowiązkowa/podstawowa

Batko A.: Sztuka perswazji, Wyd. Helion, Gliwice 2005., , .

Cialdini R.: Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2007., , .

Doliński D.: Techniki wpływu społecznego, Scholar, Warszawa 2008., , .

Witkowski T. : Psychomanipulacje, Biblioteka Moderadora, Taszów 2006., , .

8. Literatura uzupełniająca

Barnes K.: Wywieranie wpływu. Ćwiczenia, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005., , .

Cialdini R.: Mała wielka zmiana, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2016., , .

Dent B.: Wywieranie wpływu: umiejętności i techniki przydatne do osiągnięcia sukcesu w biznesie, Kraków: Wyd. UJ, 2009., , .

Edmuller A.: Techniki manipulacji, Wyd. Flashbook, Warszawa 2008., , .

Hogan K.: Psychologia perswazji: strategie i techniki wywierania wpływu na ludzi, Warszawa: Jacek Santorski & CO – Agencja Wydawnicza, 2005., , .

Regard J.: Stop manipulacji, Wyd. JK, Łódź 2006., , .

Wren K.: Wpływ społeczny, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005., , .

9. Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się:

Przedmiot owy kod efektu uczenia się	Egzami n	Kolokwium	Projekt	Aktywność na zajęciach
PSB1_KO_ PWW_W1	+			
PSB1_KO_ PWW_W2	+		+	
PSB1_KO_ PWW_W3	+		+	
PSB1_KO_ PWW_U1		+	+	+
PSB1_KO_ PWW_U2		+	+	+
PSB1_KO_ PWW_U3			+	+
PSB1_KO_ PWW_K1			+	+

10. Sposób zaliczenia

Elementy wchodzące w skład zaliczenia przedmiotu	Liczba punktów	Procenty
--	----------------	----------

WYKŁAD

Egzamin pisemny	<i>0 pkt</i>	<i>100%</i>
	Suma punktów: 0	

ĆWICZENIA I POZOSTAŁE

Aktywność	<i>30 pkt</i>	<i>30%</i>
Projekt	<i>70 pkt</i>	<i>70%</i>
	Suma punktów: 100	

11. Skala oceniania

Bardzo dobry	91% - 100%
Dobry +	81% - 90%
Dobry	71% - 80%
Dostateczny +	61% - 70%
Dostateczny	51% - 60%
Niedostateczny	Poniżej 51%