

Rok akademicki: 2020/2021

ID zajęć: 536142

ETAP: Semestr zimowy

Informacje ogólne:

Prowadzący: dr Michał Wiechetek

Organizator: Wydział Nauk Społecznych
Instytut Psychologii

Liczba godzin tygodni / semestr: 2 / 30

Jezyk wykładowy: Język polski

Kierunek studiów:

Lokalizacja w planach rocznych: Rok - Semestr

Punkty ECTS:

Forma zaliczenia: Nie sklasyfikowany

Cele przedmiotu:

Pogłębienie informacji zdobywanych w trakcie wykładu z zakresu psychologii społecznej
Przygotowanie do samodzielnego planowania, prowadzenia oraz analizowania badań z zakresu szeroko rozumianej psychologii społecznej.
Przygotowanie do interpretowania uwarunkowań i konsekwencji różnego rodzaju zachowań o charakterze społecznym w wymiarze indywidualnym i grupowym.

Wymagania wstępne:

Udział w wykładzie z psychologii społecznej

Efekty kształcenia dla przedmiotu:

WIEDZA

Student posiada wiedzę o przedmiocie i zakresie psychologii społecznej; oraz o metodologii uprawiania tej dyscypliny;
Student posiada wiedzę na temat podstawowych pojęć z zakresu psychologii społecznej.
Student rozumie specyfikę, istotę i cele poznania naukowego, zna zasady metodologii psychologii w zakresie psychologii społecznej; posiada wiedzę na temat projektowania i prowadzenia badań empirycznych w psychologii społecznej; zna konkretne metody i techniki stosowane w psychologii społecznej.

UMIEJĘTNOŚCI

Student ma umiejętność analizowania i interpretowania sytuacji społecznej.
Student potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną z zakresu psychologii oraz powiązanych z nią dyscyplin do analizowania i interpretowania ludzkich zachowań, potrafi wskazać i opisać uwarunkowania: uprzedzeń, stereotypów, dyskryminacji.
Student potrafi analizować przyczyny i źródła zachowań społecznych człowieka oraz przewiduje ich konsekwencje społeczne.
Student umie opracować propozycje oddziaływań ukierunkowanych na zmianę postaw i niekorzystnych zachowań,

KOMPETENCJE SPOŁECZNE (POSTAWY)

Studenta cechuje otwartość na innych ludzi, przełamywanie stereotypów, wrażliwość na sprawy innego człowieka i otoczenia, formułowanie wyważonych i nie stygmatyzujących sądów i opinii.

Metody dydaktyczne:

Analiza tekstu, dyskusja, burza mózgów, praca w grupach, prezentacja multimedialna.

Kryteria oceny i sposoby weryfikacji zakładanych efektów kształcenia:

Warunkiem otrzymania oceny pozytywnej jest obecność na zajęciach (dopuszczalne dwie nieobecności nieusprawiedliwione) oraz uzyskanie łącznie powyżej 50% punktów z następujących form aktywności:

1. Aktywność na zajęciach (1 pkt/wybrane zajęcia).
2. Prezentacja w trzyosobowych grupach ciekawostki (artykułu empirycznego) dotyczącej psychologii społecznej (10 pkt).
3. Pozytywne zaliczenie kolokwium (1 pkt za każdą poprawną odpowiedź).
4. Udział w badaniach dotyczących psychologii społecznej (4 pkt).
5. Rejestracja w zasobie elektronicznym do zajęć z psychologii społecznej (1 pkt).

Opis zajęć: Psychologia społeczna (ćwiczenia)

Treści programowe przedmiotu:

Podstawowe pojęcia i definicje;
Nurty teoretyczne w psychologii społecznej
Modele badawcze stosowane w psychologii społecznej;
Badania sondażowe/kwestionariuszowe;
Pomiar postaw jawnych;
Pomiar postaw utajonych;
Stereotypy/ uprzedzenia/ dyskryminacja.
Klasyfikacja i pomiar preferencji wartości;
Wybrane narzędzia pomiaru efektywności funkcjonowania społecznego.

Literatura:

Literatura podstawowa:

1. Aronson, E., Wilson, T., Akert, R. (1997). Psychologia społeczna. Serce i umysł. Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka.
2. Babbie, E. (2004) Badania społeczne w praktyce. Warszawa: PWN
3. Kenrick, D., Neuberg, S., Cialdini, R., (2002). Psychologia społeczna. Gdańsk: GWP.
4. Wojciszke, B. (2011). Psychologia społeczna. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
5. Wojciszke, B., Doliński, D. (2008). Psychologia społeczna. W: D. Doliński, J. Strelau (red.), Psychologia. Podręcznik akademicki (t. 2) Gdańsk: GWP.

Literatura uzupełniająca:

1. Bohner, G., Wanke, M. (2004). Postawy i zmiana postaw. Gdańsk: GWP.
2. Brzozowski, P. (2002). Uniwersalność struktury wartości: koncepcja Shaloma H. Schwartza. Roczniki Psychologiczne, 5, 27-51.
3. Brzezińska, A. (2004). Socjometria, W: J. Brzeziński (red.), Metodologia badań psychologicznych. Wybór tekstów. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. s. 192 - 231.
4. Brzozowski, P (1995). Skala Wartości Schelerowskich. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych PTP.
5. Nelson, T. D. (2003). Psychologia uprzedzeń. Gdańsk: GWP.
6. Matczak, A. (2001). Kwestionariusz Kompetencji Społecznych. Podręcznik. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych.
7. Maison, D. (2004). Utajone postawy konsumenckie. Analiza możliwości wykorzystania metody IAT. Gdańsk: GWP.
8. Psychologia społeczna (kwartalnik Polskiego Stowarzyszenia Psychologii Społecznej).