

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)										
Psychologia mediów										
Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:				Instytut Pedagogiki i Psychologii						
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:				Psychologia, jednolite magisterskie						
Profil kształcenia:				Praktyczny						
Nazwa specjalności:				--						
Rodzaj modułu uczenia się:				Moduł ogólnouczelniany i do wyboru (fakultet)						
Rok / Semestr:				2/4						
Osoba koordynująca przedmiot:										
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):				Zainteresowanie tematyka przedmiotu						
II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN										
	Wykład	Ćwiczenia	Konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Konsultacje	Egzamin/ zaliczenie	Suma godzin
Studia stacjonarne	15								Z	15
Studia niestacjonarne	12								Z	12
III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH										
Formy zajęć			Metody dydaktyczne							
Wykład			Wykład multimedialny dyskusje grupowe							
Ćwiczenia										
IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU I OBSZARÓW										
Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się								Odniesienie do efektu kierunkowego	
Wiedza:										
1 2 3	Student: 1. Definiuje podstawowe pojęcia z zakresu psychologii mediów tradycyjnych i współczesnych 2. Charakteryzuje psychologiczny wpływ mediów na współczesne funkcjonowanie człowieka – jego kontekst pozytywny i negatywny 3. Omawia pozytywny i negatywny wpływ mediów na życie człowieka								K_W02 K_W08 K_W16	
Umiejętności:										
4	Student 1. Definiuje korzyści i straty wynikające z korzystania z mediów przez psychologów i potrafi zaplanować działania zawodowe prowadzone w internecie w oparciu o wiedzę z zakresu przedmiotu								K_U18	

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

Kompetencje społeczne:				
5	Student: 1. Jest świadomy psychologicznych zagrożeń wynikających z korzystania mediów we współczesnym świecie	K_K12		
V. TREŚCI PROGRAMOWE (UCZENIA SIĘ)				
Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się		
	Temat: Media z perspektywy psychologicznej Zagadnienia: Historia, cele psychologii mediów; nowe media; przegląd zjawisk związanych z mediami: personal brand w mediach, Temat: Psychologia mediów w praktyce 1: Psychologia mediów a reklama Zagadnienia: wpływ społeczny w reklamie, reklama społeczna, zjawiska psychologiczne w reklamie, odbiorca reklam: kobieta, mężczyzna, dziecko Temat. Psychologia mediów w praktyce 2: Psychologia mediów a Internet Zagadnienia: psychologiczne aspekty Internetu, modele wyjaśniające zachowania użytkowników w Internecie, profil internauty, agresja w mediach internetowych, wykluczenie cyfrowe, działalność zawodowa psychologa w internecie Temat: Uzależnienie od mediów Zagadnienia: niebezpieczeństwa związane z mediami, formy uzależniania, social media a uzależnienie	1, 1,2, 3, 4, 5 1,2 , 3, 4, 5 1, 2, 3, 4, 5		
Lp.	Ćwiczenia/warsztaty:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się		
VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Metoda weryfikacji	Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EUS(Efekt uczenia się)		
Wiedza:				
K_W02 K_W08 K_W16	Kolokwium	Wykład		
Umiejętności:				
K_U18	Kolokwium	Wykład		
Kompetencje społeczne:				
K_K12	Kolokwium	Wykład		
VII. KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Ocena niedostateczna Student nie zna i nie rozumie/nie potrafi/nie jest gotów:	Zakres ocen 3,0-3,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Zakres ocen 4,0-4,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Ocena bardzo dobra Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

K_W02 K_W08 K_W16		Student uzyskuje od 50 do 59% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 3 oraz student uzyskuje od 60 do 69% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 3,5	Student uzyskuje od 70 do 79% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 4 oraz student uzyskuje od 80 do 89% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 4,5	Student uzyskuje od 90 do 100% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 5
K_U18	Student uzyskuje poniżej 50% max. liczby punktów dla danego efektu	W wypowiedziach ustnych lub pisemnych definiuje podstawowe pojęcia z zakresu psychologii mediów i operuje aparatem pojęciowym charakterystycznym dla przedmiotu	W wypowiedziach ustnych lub pisemnych definiuje podstawowe pojęcia z zakresu psychologii mediów i operuje aparatem pojęciowym charakterystycznym dla przedmiotu	W wypowiedziach ustnych lub pisemnych definiuje podstawowe pojęcia z zakresu psychologii mediów i operuje aparatem pojęciowym charakterystycznym dla przedmiotu
		Prezentuje znajomość psychologicznego wpływu mediów na współczesne funkcjonowanie człowieka, dostrzegając jego wpływ pozytywny i negatywny	Prezentuje znajomość psychologicznego wpływu mediów na współczesne funkcjonowanie człowieka, dostrzegając jego wpływ pozytywny i negatywny	Prezentuje znajomość psychologicznego wpływu mediów na współczesne funkcjonowanie człowieka, dostrzegając jego wpływ pozytywny i negatywny
		Określa korzyści i straty wynikające z korzystania z mediów dla społeczeństw i jednostek	Określa korzyści i straty wynikające z korzystania z mediów dla społeczeństw i jednostek	Określa korzyści i straty wynikające z korzystania z mediów dla społeczeństw i jednostek
K_K12		Wie, na co zwrócić uwagę w działaniach zawodowych prowadzonych w internecie w oparciu o wiedzę z zakresu przedmiotu, aby wykazać się profesjonalizmem	Wie, na co zwrócić uwagę w działaniach zawodowych prowadzonych w internecie w oparciu o wiedzę z zakresu przedmiotu, aby wykazać się profesjonalizmem	Wie, na co zwrócić uwagę w działaniach zawodowych prowadzonych w internecie w oparciu o wiedzę z zakresu przedmiotu, aby wykazać się profesjonalizmem
		Jest świadomy psychologicznych zagrożeń wynikających z korzystania mediów we współczesnym	Jest świadomy psychologicznych zagrożeń wynikających z korzystania mediów we współczesnym	Jest świadomy psychologicznych zagrożeń wynikających z korzystania mediów we współczesnym

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

		świecie, jak również korzyści, rozumianych, jako skutek korzystania z mediów tradycyjnych i współczesnych	świecie, jak również korzyści, rozumianych, jako skutek korzystania z mediów tradycyjnych i współczesnych	tradycyjnych i współczesnych
VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS				
Rodzaj aktywności ECTS		Obciążenie studenta		
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne	
Udział w zajęciach dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II		15	12	
Egzamin/zaliczenie		1	1	
Udział w konsultacjach				
Projekt / esej		9	9	
Samodzielne przygotowanie się do zajęć dydaktycznych		10	10	
Przygotowanie się do zaliczenia zajęć dydaktycznych		40	40	
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin/ECTS		3/75	3/75	
Obciążenie studenta w ramach zajęć w bezpośrednim kontakcie z nauczycielem		15	15	
Obciążenie studenta w ramach zajęć o charakterze praktycznym				
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym		60	60	
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z przygotowaniem do prowadzenia badań				
IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE				
Psychologia konsumenta i reklamy / Anna Jachnis, Jan F. Terelak. - Bydgoszcz : Oficyna Wydawnicza Branta, 1998.				
Psychologia reklamy / Dariusz Doliński. - Wrocław : Agencja Reklamowa "Aida", 2001.				
Psychologia zmiany postaw i wpływu społecznego / Philip G. Zimbardo, Michael R. Leippe; przeł. Paweł Kwiatkowski. - Poznań : Zys i S-ka, 2004.				
Literatura uzupełniająca przedmiotu:				
Ł.Kaczmarek, A. Słysz (2007). Regulacja emocji w kontekście rozwoju osobowości				
https://www.researchgate.net/publication/256091226_Regulacja_emocji_w_kontekscie_rozwoju_osobowosci?enrichId=rgreq-9d499294ec1830a9e81fa135b19318d3-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzI1NjA5MTIyNjBUoxMDI4MDcyMDYxMDUwOTJAMTQwMTUyMjU1NjMzNA==&el=1_x_3&_esc=publicationCoverPdf ,				
Inne materiały dydaktyczne:				