

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 wywieranie wpływu										
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	15								Z	15
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	Student: 1. Definiuje: wpływ społeczny i manipulację – rozróżnia jedno od drugiego 2. Definiuje i omawia reguły wpływu społecznego 3. Omawia możliwości wpływu społecznego w związkach 4. Wymienia i opisuje tzw. emocje kontrolujące i ich wpływ na uleganie 5. Definiuje szantaż emocjonalny i jego wpływ na relacje								K_W02 K_W16	
Umiejętności:										
3	Student 1. Potrafi dostrzec, przeanalizować i zaprojektować proste aktywności w zakresie wpływu i jego ograniczeń.								K_U18	
Kompetencje społeczne:										

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

4	Student: Ma świadomość obecności wpływu i manipulacji w przestrzeni społecznej, w tym własnych zachowań o tym charakterze. Rozumie ich wpływ negatywny i pozytywny na swoje otoczenie	K_K05		
V. TREŚCI PROGRAMOWE (UCZENIA SIĘ)				
Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się		
	1.Wpływ społeczny, manipulacja, perswazja – definiowanie pojęć. Wywieranie wpływu w praktyce życia codziennego 2.Reguły wpływu społecznego – R Cialdini 3.Wpływ społeczny w związkach, seks jako czynnik wpływu, szantaż emocjonalny 4.Emocje kontrolujące – przegląd badań 5. Podsumowanie – wpływ społeczny w ujęciu indywidualnym i grupowym	1, 2, 4 1, 2, 3, 4 1, 2, 4 1, 2, 4 1, 2, 4		
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_W16	Kolokwium	ćwiczenia		
Umiejętności:				
K_U18 K_U16	Kolokwium	Ćwiczenia		
Kompetencje społeczne:				
K_K05	Kolokwium	Ćwiczenia		
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:
	Student nie potrafi opisać definicji: wpływ społeczny i manipulacja Nie charakteryzuje reguł wpływu społecznego i nie potrafi wskazać ich praktycznego zastosowania	Student potrafi opisać wpływ społeczny i zdefiniować manipulację Omawia w stopniu podstawowym reguły wpływu społecznego i wskazuje nieliczne ich praktyczne	Student potrafi opisać wpływ społeczny i zdefiniować manipulację Omawia reguły wpływu społecznego i wskazuje ich praktyczne zastosowania- w	Student potrafi opisać wpływ społeczny i zdefiniować manipulację – dostrzega między nimi różnice Omawia reguły wpływu społecznego i wskazuje szereg ich

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

Nie definiuje obszarów wpływu społecznego w związkach interpersonalnych Nie opisuje tzw. emocje kontrolujące i ich wpływu na uleganie Nie zna definicji szantażu emocjonalnego i jego wpływu na relacje Stosuje zasady psychologii naiwnej i przecenia swoje możliwości w zakresie ulegania wpływowi społecznemu	zastosowania Definiuje elementarne obszary wpływu społecznego w związkach interpersonalnych Definiuje w stopniu podstawowym tzw. emocje kontrolujące i ich wpływ na uleganie Definiuje szantaż emocjonalnego i określa w podstawowym zakresie jego wpływ na relacje	stopniu dobrym Definiuje wiele obszarów wpływu społecznego w związkach interpersonalnych Opisuje w stopniu dobrym tzw. emocje kontrolujące i ich wpływ na uleganie Definiuje szantaż emocjonalnego i określa jego wpływ na relacje	praktycznych zastosowań Definiuje i opisuje wiele obszarów wpływu społecznego w związkach interpersonalnych Opisuje tzw. emocje kontrolujące i ich wpływ na uleganie Definiuje szantaż emocjonalnego i określa jego wpływ na relacje
--	---	--	--

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
Summaryczne 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

Wywieranie wpływu na ludzi : teoria i praktyka / Robert B. Cialdini ; przeł. Bogdan Wojciszke. - Wyd. 4. - Gdańsk : Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2004.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

Wywieranie wrażenia na innych : o sztuce autoprezentacji / Mark Leary ; przekł. Anna Kacmajor, Magdalena Kacmajor. - Gdańsk : Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2003.

Psychologiczne mechanizmy reklamy / Dariusz Doliński. - Gdańsk : Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2003

Argumentacja perswazja manipulacja / Marek Tokarz. - Gdańsk : Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2006

Inne materiały dydaktyczne:

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*