

KARTA PRZEDMIOTU

1. Informacje wstępne

Nazwa przedmiotu	Psychologia perswazji i wpływu społecznego
Wydział	Wydział Nauk Społecznych i Filologii
Kierunek	Psychologia
Specjalność/Ścieżka specjalizacyjna	—
Poziom PRK	7 PRK
Poziom kształcenia	jednolite studia magisterskie
Forma studiów	studia stacjonarne
Grupa zajęć	—
Liczba punktów ECTS	4
Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy
Liczba godzin ogółem	28 godz.
Cykl dydaktyczny	2024/2025 zimowy
Semestr studiów	8
Rok studiów	4
Profil kształcenia	ogólnoakademicki
Rok realizacji	2027/2028
Język wykładowy	polski
Osoba odpowiedzialna za przedmiot	dr Anna Czerniak (e-mail: aczerniak@uafm.edu.pl)

Semestr, liczba punktów ECTS, rodzaj zajęć, liczba godzin w planie studiów

Semestr	Wykład	Ćwiczenia	ECTS
8	14 godz.	14 godz.	4

2. Cele przedmiotu

C1	Pogłębienie wiedzy na temat wpływu społecznego i perswazji poprzez analizę psychologicznych mechanizmów zjawiska. Zapoznanie w wynikami badań naukowych z dziedziny. Przegląd i analiza różnych form wpływu w różnych dziedzinach życia -np. marketing, polityka, funkcjonowanie w małych grupach, akcje społeczne itp.
----	--

3. Wymagania wstępne

podstawowa znajomość psychologii społecznej w zakresie zagadnień związanych z tematyką kursu

4. Opis efektów uczenia się

W1	Wiedza: Student zna teorie dotyczące wpływu społecznego, zna mechanizmy psychologiczne wyjaśniające uleganie wpływowi, reguły i techniki wywierania wpływu. Zna modele perswazji (w tym badania dot. weryfikacji modelu dwutorowego). Zna sytuacyjne oraz psychologiczne (poznawcze, emocjonalne, motywacyjne) uwarunkowania podatności na wpływ innych i perswazję, a także czynniki zwiększające moc perswazyjną nadawcy i samego komunikatu. Rozumie znaczenie procesów automatycznych w uleganiu. Zna psychologiczne zasady wywierania wpływu oraz wybrane techniki.	EUK7_W1, EUK7_W6
U1	Umiejętności: Student umie wyszukiwać i analizować przykłady wpływu społecznego w różnych dziedzinach; rozpoznaje stosowane techniki; umie wyjaśnić ich mechanizmy psychologiczne oraz prognozować, czy na podstawie wiedzy teoretycznej w danych warunkach zostały trafnie i właściwie zastosowane.	EUK7_U1, EUK7_U2, EUK7_U7, EUK7_U8
K1	Kompetencje społeczne: Student ma świadomość, że techniki wpływu społecznego mogą być użyte w celach manipulacyjnych. Potrafi rozpoznać nadużycia i działania nieetyczne. Ocenia analizowane przykłady nie tylko pod kątem skuteczności ale właśnie etyki.	EUK7_KS1, EUK7_KS5

5. Treści programowe

Wykład (14 godz.)

Kod	Tematyka zajęć (nr semestru: 8)
Wyk1	Istota wpływu społecznego i jego wszechobecność w życiu ludzi. Rozróżnienia terminologiczne: wpływ społeczny, perswazja, manipulacja. Sytuacyjne i psychologiczne (poznawcze, emocjonalne, motywacyjne) uwarunkowania podatności na wpływ innych Istota perswazji jako komunikacji o określonym celu, najważniejsze koncepcje teoretyczne dot. perswazji, modele jedno i dwutorowe - centralna i peryferyczna droga perswazji empiryczna weryfikacja modelu. Czynniki wpływające na skuteczność perswazji związane z nadawcą, odbiorcą, komunikatem i sposobem jego przekazu; Reguły wpływu społecznego wg Cialdiniego - wyjaśnienie mechanizmów psychologicznych Techniki wpływu społecznego, przykłady zastosowania, badania nad ich skutecznością

Ćwiczenia (14 godz.)

Kod	Tematyka zajęć (nr semestru: 8)
-----	---------------------------------

Cw1	<p>Ćwiczenia mają charakter projektów realizowanych w kilkusobowych zespołach,</p> <p>Projekty obejmują gromadzenie informacji teoretycznych, krytyczną analizę przykładów zastosowania wybranych technik wpływu i perswazji w konkretnej dziedzinie życia; opracowanie wskazówek odnośnie skutecznego wywierania wpływu.</p> <p>Przedstawienie wyników pracy poszczególnych grup podczas poszczególnych zajęć, wraz z dyskusją z udziałem wszystkich uczestników.</p> <p>Prócz tego każdy z zespołów oddaje podsumowującą projekt pracę pisemną.</p> <p>Zespoły projektowe będą zajmować się różnymi dziedzinami życia - wybór tematów do ustalenia z Prowadzącym. Proponowane obszary tematyczne dla projektów: funkcjonowanie w małej grupie społecznej oraz w tłumie; marketing i reklama; polityka (marketing wyborczy oraz propaganda władzy); kampanie społeczne, akcje charytatywne; działania wymiaru sprawiedliwości (np. przesłuchiwanie podejrzanego, negocjacje z terrorystą, perswazja na sali sądowej); relacje rodzinne; bliskie związki; wpływ ze świata sztuki i mediów, perswazyjność utworów narracyjnych - książki, filmy, seriale itp.</p> <p>Projekt może też przybrać formę studium przypadku postaci (rzeczywistej lub fikcyjnej) którą można by określić mianem "mistrza wpływu"</p> <p>Projekt może też przybrać formę badania empirycznego - zaprojektowanie i przeprowadzenie eksperymentu z dziedziny perswazji lub wpływu społecznego</p>
-----	--

6. Metody dydaktyczne

Wykład	
M6	Dyskusja
M17	Prezentacja multimedialna
M20	Wykłady
Ćwiczenia	
M1	Analiza przypadków
M6	Dyskusja
M15	Praca nad projektami
M16	Praca w grupach
M17	Prezentacja multimedialna

7. Nakład pracy studenta

Forma aktywności studenta	Obciążenie studenta
Wykład	14 godz.
W tym metodą e-learning:	0 godz.

Ćwiczenia	14 godz.
W tym metodą e-learning:	0 godz.

Praca własna studenta	
	72 godz.

Całkowite obciążenia	
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu wynikająca z całego nakładu pracy studenta	100 godz.
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	4 ECTS

8. Kryteria oceny

Warunki zaliczenia przedmiotu:

Zaliczenie ćwiczeń na podstawie przygotowanego w kilkusobowym zespole projektu (prezentacja na zajęciach+praca podsumowująca) oraz aktywnego uczestnictwa w zajęciach. Zaliczenie ćwiczeń jest warunkiem koniecznym dla podejścia do egzaminu, a wysoka ocena z tychże dodaje bonusowe punkty do egzaminu (za bdb 2pkt, za db+ 1 pkt). Egzamin pisemny o formie mieszanej test+ pytania otwarte wymagające krótkiej odpowiedzi.

Wykłady (Egzamin końcowy / Zaliczenie końcowe)	
Na ocenę 5:	min. 90% punktów
Na ocenę 4,5:	min. 80% punktów
Na ocenę 4:	min. 70% punktów
Na ocenę 3,5:	min. 65% punktów
Na ocenę 3:	min. 60% punktów

Ćwiczenia	
Na ocenę 5:	wysoka aktywność na zajęciach; projekt obejmujący rzetelną analizę samodzielnie wyszukanej, bogatej literatury, trafny dobór ciekawych przykładów z życia, samodzielną pogłębioną analizę, wykazującą bardzo dobre zrozumienie problemu, szczególnie ciekawe zaprezentowanie tematu, angażowanie w dyskusję uczestników zajęć, rozbudowana i ciekawie napisana praca podsumowująca, poprawna edycja pracy wg standardów APA
Na ocenę 4,5:	aktywność na zajęciach, projekt obejmujący rzetelną analizę samodzielnie wyszukanej literatury, trafny dobór ciekawych przykładów z życia, samodzielną analizę wykazującą dobre zrozumienie problemu, w oparciu o zdobytą wiedzę, dobrze przeprowadzona prezentacja angażująca w dyskusję uczestników zajęć, rozbudowana praca podsumowująca, poprawna edycja pracy wg standardów APA
Na ocenę 4:	projekt obejmujący analizę samodzielnie wyszukanej literatury, trafny dobór różnorodnych przykładów z życia z obszaru, którego dotyczy projekt, samodzielną analizę wykazującą dobre zrozumienie problemu w oparciu o zdobytą wiedzę, dobrze przeprowadzona prezentacja, generalnie poprawna edycja pracy zaliczeniowej wg standardów APA
Na ocenę 3,5:	projekt obejmujący analizę literatury ograniczoną do niewielu samodzielnie wyszukanych pozycji, dobry dobór przykładów z życia, samodzielną analizę w oparciu o zgromadzoną wiedzę, choć nie dość pogłębioną, ewentualne uchybienia w przeprowadzeniu prezentacji czy formalnych wymogach edycji prac wg standardów APA
Na ocenę 3:	projekt obejmujący analizę literatury ograniczoną do najbardziej podstawowych pozycji, dobór przykładów z życia ograniczony do najbardziej typowych, analiza na podstawowym poziomie zrozumienia problemu, ocenę może też obniżyć opóźnienie w oddaniu końcowej wersji projektu, jak i uchybienia w przeprowadzaniu prezentacji czy formalnych wymogach edycji prac wg standardów APA

9. Literatura

Literatura podstawowa

1. Brock, T.C., Green, M.C. (2007). Perswazja. Perspektywa psychologiczna, Wyd. UJ
2. Doliński D. Grzyb T. (2022) Sto technik wpływu społecznego. Wyd. Smak Słowa.
3. Cialdini, R. – Wywieranie wpływu na ludzi – dowolne wydanie.

Literatura uzupełniająca

1. Tokarz, M. (2010) Argumentacja, perswazja, manipulacja. GWP
2. Łukaszewski, W., Dolinski, D., Maruszewski, T. Ohme, R. (2009) Manipulacja, wyd. Smak Słowa
3. Falkowski, A., Cwalina, W. (2012) Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna, GWP
4. Cialdini, R. Martin S, Goldstein, N.(2015) Mała wielka zmiana - jak skutecznie wywierać wpływ. Wyd. GWP
5. Maison, D. Wasilewski, P. (2008). Propaganda dobrych serc, czyli pierwszy tom o reklamie społecznej. Wyd. Agencja Wasilewski,
6. Mandal, E., Doliński, D. (2015). Wpływ społeczny w sytuacjach codziennych i niecodziennych. PWN

Publikacje prowadzącego

1. Gałkowska, A., Czerniak, A., Czapliński, S., & Stach, R. (2018). Serving Two Masters – What Kind of Resistance to Influence Allows Maintaining a Positive Image?. Social Psychological Bulletin, 13(4), 1-19.
<https://doi.org/10.32872/spb.v13i4.30544>

2. Czerniak, A. (2014). Wizerunki mężczyzn w polskich reklamach telewizyjnych. Czy coś się zmieniło przez siedem lat?. W: Z.Pucek, D. Sozańska (red.) Kultura popularna w medialnych kontekstach. Kraków, KTE – Oficyna Wydawnicza AFM, s. 127-146.