

Przedmiot:	Psychologia				Kod:
Kierunek:	Zarządzanie i marketing w hotelarstwie, gastronomii, turystyce i rekreacji				Rok/Semestr: 3/5
Specjalność:					Tryby: S/NS
Liczba godzin / semestr: 30					Punkty ECTS: 4
Wykłady: 30	Ćwiczenia:	Laboratoria:	Projekty:	Seminaria:	

1. Wykładowca/y:

kierownik przedmiotu:

prof. dr hab. Lesław Wojtasik

e-mail: leslaw.wojtasik@wshig.poznan.pl

prowadzący:

dr E. Pieszak

e-mail: pieszak@amu.edu.pl

2. Katedra: Marketngu

e-mail: wshig@wshig.poznan.pl

3. Rodzaj przedmiotu: Obowiązkowy

4. Miejsce przedmiotu w programie studiów (rodzaj przedmiotu):

grupa treści podstawowych,

5. Wymagania wstępne i dodatkowe: Przedmiot na poziomie podstawowym, wystarczy wiedza ogólna.

6. Cel przedmiotu:

- Przedstawienie różnorodności zadań jakie stawia sobie współczesna psychologia
- Wskazanie możliwości wykorzystania jej odkryć w praktyce życiowej i zawodowej.
- Umiejętność budowy i wykorzystania prostych narzędzi psychologicznych

7. Efekty kształcenia:

Wiedza:

- Czym jest refleksja psychologiczna dotycząca powodów podejmowania przez człowieka decyzji
- Znajomość podstawowych pojęć
- Zrozumienie budowy przeżyć i sądów,

Umiejętności:

- Umiejętność nazywania zjawisk psycho-społecznych
- Umiejętność wytłumaczenia zachowań społecznych,
- Umiejętność rozpoznawania i stosowania odkryć psychologii w życiu prywatnym i pracy

Inne kompetencje (personalne i społeczne):

- Zapoznanie się z motywami i rodzajami osobowości co pozwala zrozumieć własne postępowanie i zachowania innych ludzi
- Pogłębienie kompetencji interpersonalnych
- Nabycie kompetencji komunikacji międzyludzkiej

8. Metody dydaktyczne: Wykład

9. Forma i warunki zaliczenia przedmiotu, w tym zasady dopuszczenia do egzaminu, zaliczenia z przedmiotu, a także formę i warunki zaliczenia poszczególnych form zajęć wchodzących w zakres danego przedmiotu:

Przedstawienie projekt (studium przypadku na podstawie wiedzy z zakresu przedmiotu) oraz egzamin ustny

10. Elementy składowe oceny końcowej: projekt – 50 %, egzamin ustny – 50%

11. Całkowity nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia efektów w godzinach:

75 godzin w tym 30h – wykład, 30 – przygotowanie czytanie literatury, 15 – przygotowanie do egzaminu

12. Treści merytoryczne przedmiotu:

- *Badanie psychiki i zachowania – definicje, cele i podstawowe terminy psychologii*
- *Badania psychologiczne - metody badań i problemy etyczne w badaniach psychologicznych*
- *Biopsychologia i nauka o układzie nerwowym*
- *Psychika i świadomość - natura świadomości*
- *Rozwój człowieka - początek cyklu życiowego, przyswajanie języka, rozwój społeczny i emocjonalny, okres dorastania, dorosłość, starość*
- *Wrażenia – sensoryczny obraz rzeczywistości, system wzrokowy, słuch oraz inne zmysły*
- *Uczenie się i analiza zachowań*
- *Pamiętanie i zapominanie*
- *Procesy poznawcze – badanie myślenia, rozumienie i rozwiązywanie problemów, sądzenie i podejmowanie decyzji*
- *Motywacja – motywacja seksualna oraz motywacja osiągnięć i pracy*
- *Emocje i stres*
- *Rozumienie ludzkiej osobowości – definicje i teorie osobowości*
- *Różnice indywidualne*
- *Psychologia społeczna – konstruowanie rzeczywistości społecznej*
- *Procesy grupowe*

13. Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej, obowiązującej do zaliczenia danego przedmiotu:

Literatura obowiązkowa:

- P. G. Zimbardo, Psychologia i życie, Warszawa 1999.
Psychologia, Podręcznik akademicki, red. naukowy J. Strelau, Gdańsk 2000.
T. Aronson, Psychologia społeczna, Warszawa 1998.
B. Wojciszke, Człowiek wśród ludzi - zarys psychologii społecznej, Scholar, Warszawa 2005.
R. B. Cialdini, Wywieranie wpływu na ludzi, Gdańsk 1994.

Literatura uzupełniająca:

- H. Eysenck, M. Eysenck, Podpatrywanie umysłu, Gdańsk 2000.
C.S. Hall, G. Lindzey, Teorie osobowości, Warszawa 1990.
T. Tyszka, Psychologiczne pułapki, Gdańsk 1999.
M. Leary, Wywieranie wrażenia na innych, Gdańsk 2000.
W. G. Stephan, C. W. Stephan, Wywieranie wpływu przez grupy, Gdańsk 1999.
P. Oleś, Wprowadzenie do psychologii osobowości, Scholar, 2003.

14. **Język wykładowy:** Polski

15. **Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu:** nie dotyczy