

## Opis zajęć (sylabus): Psychologia ekonomiczna

Nazwa zajęć:	<b>Psychologia ekonomiczna</b>	<b>ECTS</b>	<b>3</b>
Nazwa zajęć w j. angielskim:	Economic Psychology		
Zajęcia dla kierunku studiów:	<b>Ekonomia</b>		

Język wykładowy: <b>polski</b>		Poziom studiów: <b>2</b>	
Forma studiów: <b>stacjonarne i niestacjonarne</b>	Status zajęć: <b>kierunkowy - do wyboru</b>	Numer semestru: <b>3</b> <b>semestr zimowy</b>	
Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik):		<b>2019/2020</b>	Numer katalogowy: <b>EKR-E-2SZ-3-27-KF-2019</b>

Koordynator zajęć:	<b>Gabryjończyk Piotr, dr</b>		
Prowadzący zajęcia:	<b>dr Piotr Gabryjończyk</b>		
Jednostka realizująca:	<b>Katedra Turystyki, Komunikacji Społecznej i Doradztwa</b>		
Jednostka zlecająca:	<b>Wydział Ekonomiczny</b>		
Założenia, cele i opis zajęć:	<p>a.a) ukazanie możliwości wykorzystania psychologii w uzupełnieniu teorii ekonomicznych i wyjaśnieniu ich niedoskonałości;</p> <p>b.b) prezentacja mechanizmów podejmowania decyzji rynkowych oraz towarzyszących im błędów;</p> <p>c.c) przybliżenie psychologicznych uwarunkowań zachowań ekonomicznych i sposobów ich kształtowania;</p> <p>d.d) ukazanie rosnącej roli analiz behawioralnych w funkcjonowaniu współczesnych rynków.</p> <p><b>Wykład</b> Relacje między psychologią a ekonomią. Racjonalność w psychologii i ekonomii. Paradoksy racjonalności. Heurystyki oceniania i decydowania. Zachowania konsumentów i inwestorów w teorii psychologii i ekonomii. Percepcja pieniądza i ryzyka. Skłonności poznawcze i motywacja a błędy decyzyjne. Wpływ osobowości na decyzje ekonomiczne. Psychologia oszczędzania. Podatki i oszustwa podatkowe. Dobrostan ekonomiczny a altruizm i dobroczynność. Semiotyka i antropologia w oddziaływaniu na konsumenta.</p> <p><b>Ćwiczenia</b> Przykłady badań empirycznych w psychologii ekonomicznej - gry ekonomiczne. Racjonalność działań przestępczych. Marka i jej oddziaływanie na konsumenta. Geneza podróbek marki - wybrane przykłady. Humor i kontekst oraz ich rola w decyzjach rynkowych.</p>		
Formy dydaktyczne, liczba godzin:	<p>a. wykład - liczba godzin: stacj: 20, niestacj. 12</p> <p>b. ćwiczenia audytoryjne - liczba godzin: stacj: 10, niestacj. 4</p>		
Metody dydaktyczne:	dyskusja, rozwiązywanie problemu, analiza i interpretacja tekstów źródłowych, konsultacje, wykład konwersacyjny, eksperyment, studium przypadku		
Wymagania formalne i założenia wstępne:	Mikroekonomia, Marketing, Psychologia.		
Efekty uczenia się:	<p><b>Wiedza - Zna i rozumie:</b></p> <p>1. zna i rozumie możliwość wykorzystania psychologii w ekonomii;</p> <p>2. zna i rozumie współczesne ekonomiczno-społeczne dylematy człowieka i ich związki ze sferą behawioralną;</p>	<p><b>Umiejętności - Potrafi:</b></p> <p>3. potrafi identyfikować mechanizmy decyzyjne, którymi posługuje się konsument w działaniach rynkowych;</p> <p>4. potrafi wskazać błędy w procesach decyzyjnych konsumentów, związane z emocjami, procesami motywacyjnymi i skłonnościami poznawczymi;</p>	<p><b>Kompetencje - Jest gotów do:</b></p> <p>5. jest gotów do krytycznego odbioru informacji ekonomicznych i ich właściwej interpretacji.</p>
Sposób weryfikacji efektów uczenia się:	ocena wystąpień w trakcie zajęć (efekty: 1, 4, 5), ocena prac wykonywanych w ramach pracy własnej studenta (efekty: 3, 4, 5), ocena aktywności w trakcie zajęć (efekty: 2, 3, 5), test (pisemny lub komputerowy) (efekty: 1, 2)		
Forma dokumentacji osiągniętych efektów uczenia się:	prace pisemne, karty oceny studenta (w tym na listach obecności), zestaw pytań		
Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową:	ocena wystąpień w trakcie zajęć - 10%, ocena prac wykonywanych w ramach pracy własnej studenta - 40%, ocena aktywności w trakcie zajęć - 10%, test (pisemny lub komputerowy) - 40%		
Miejsce realizacji zajęć:	sala dydaktyczna		

Literatura podstawowa i uzupełniająca:

- 1.1. Zaleśkiewicz T., 2012, Psychologia ekonomiczna. PWN, Warszawa.
- 2.2. Tyszka T. (red.), 2004, Psychologia ekonomiczna. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk.
- 3.3. Goszczyńska M., Górnik-Durose M. (red.), 2010, Psychologiczne uwarunkowania zachowań ekonomicznych. Difin, Warszawa.
- 4.4. Bielawska-Batorowicz E. (red.), 2012, Wprowadzenie do psychologii dla ekonomistów. PWE, Warszawa.
- 5.5. Zawadzka A.M., 2006, Dlaczego przywiązujemy się do marki? Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk.
- 6.6. Ostaszewski J. (red.), 2013, Finanse. Difin, Warszawa.
7. Zaleśkiewicz T., 2003, Psychologia inwestora giełdowego. Wprowadzenie do behawioralnych finansów. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk.

Uwagi:  
lw

**Wskaźniki ilościowe charakteryzujące moduł/przedmiot:**

Szacunkowa sumaryczna liczba godzin pracy studenta (kontaktowych i pracy własnej) niezbędna dla osiągnięcia zakładanych dla zajęć efektów uczenia się - na tej podstawie należy wypełnić pole ECTS:	<b>63/63</b>
Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia:	<b>1.52/1.12 ECTS</b>

**Tabela zgodności kierunkowych efektów uczenia się z efektami przedmiotu:**

Kategoria efektu	Efekty uczenia się dla zajęć:	Odniesienie do efektów dla programu studiów dla kierunku	Oddziaływanie zajęć na efekt kierunkowy*)
Wiedza	1. zna i rozumie możliwość wykorzystania psychologii w ekonomii;	EK2_KW02	2
	2. zna i rozumie współczesne ekonomiczno-społeczne dylematy człowieka i ich związku ze sferą behawioralną;	EK2_KW04	3
Umiejętności	3. potrafi identyfikować mechanizmy decyzyjne, którymi posługuje się konsument w działaniach rynkowych;	EK2_KU01	2
	4. potrafi wskazać błędy w procesach decyzyjnych konsumentów, związane z emocjami, procesami motywacyjnymi i skłonnościami poznawczymi;	EK2_KU02	3
Kompetencje	5. jest gotów do krytycznego odbioru informacji ekonomicznych i ich właściwej interpretacji.	EK2_KK01	3

\*) 3 - zaawansowany i szczegółowy, 2 - znaczący, 1 - podstawowy