

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)

Dylematy etyczne psychologa w reklamie i mediach

Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:	Collegium Humanum Szkoła Główna Menedżerska w Warszawie
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	Psychologia -Jednolite studia magisterskie
Liczba punktów ECTS	6
Język przedmiotu- polski, angielski, inny	polski
Profil kształcenia:	PRAKTYCZNY
Nazwa specjalności:	Psychologia reklamy i mediów
Rodzaj modułu kształcenia: (wskazać właściwe)	Podstawowy / kierunkowy/ <u>specjalnościowy</u> /obowiązkowy/ fakultatywny
Rok / Semestr:	5/10
Osoba koordynująca przedmiot:	
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):	Posiada wiedzę z zakresu psychologii społecznej, psychologii zachowań konsumenckich.

II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN

	Wykład	Ćwiczenia/ konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Praktyki	Egzamin / zaliczenie	Konsultacje	Suma godzin	Ogółem ECTS
Studia stacjonarne		50						2	6	58	2,3
Studia niestacjonarne		30						2	6	38	1,5

III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

Formy zajęć	Metody dydaktyczne -właściwe podkreślić
<u>Konwersatorium</u>	Wykład podający (z prezentacją multimedialną) Wykład problemowy Wykład konwersatoryjny <u>Dyskusja dydaktyczna</u> Ćwiczenia praktyczne pod kierunkiem <u>Ćwiczenia z wykorzystaniem narzędzi informatycznych</u> <u>Metoda przypadków</u> <u>Metoda sytuacyjna</u> Metoda inscenizacji Metoda projektów Gry dydaktyczne (symulacyjne, decyzyjne, psychologiczne) Demonstracja/ pokaz <u>Analiza źródeł</u> <u>Praca w grupie</u> Debata Inne

IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ
Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKU

Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do efektu kierunkowego symbol
Wiedza:		
P_W01	Posiada pogłębioną wiedzę dotyczącą etyki zawodu psychologa w odniesieniu do praktyki. Zna standardy etyczne wykonywania zawodu psychologa-praktyka oraz kodeksy etyki reklamy.	K_W17
P_W02	Posiada wiedzę w pogłębionym stopniu na temat ochrony intelektualnej i materialnej tworzonych utworów reklamowych oraz zna praktyczne zastosowanie tej wiedzy.	K_W18
P_W03	Zna możliwe ścieżki rozwoju psychologa reklamy i mediów.	K_W20
Umiejętności:		
P_U01	Potrafi wskazać dylematy etyczne w tworzeniu reklamy i pracy z mediami zgodnie z praktyką zawodową.	K_U14
P_U02	Potrafi planować ścieżkę kariery psychologa reklamy i stale podnosić swoje kompetencje.	K_U15
P_U03	Umie wykorzystać umiejętności interpersonalne w pracy oraz podczas procesu tworzenia reklam.	K_U19
Kompetencje społeczne:		
P_K01	Jest gotów do w działalności zawodowej do uwzględniania jej etycznych i moralnych aspektów. stosując się do zasad współpracy w środowisku zawodowym.	K_K02
P_K02	Prezentuje postawę świadomości własnych predyspozycji i sposobu funkcjonowania psychicznego oraz wpływu swoich działań na różne środowiska społeczne. Jest gotów w tej aktywności do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.	K_K05
V. TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	Wykład: (nie dotyczy)	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
Lp.	<u>Ćwiczenia</u>	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się

T1	Dyskusja dotycząca etyki zawodu psychologa pracującego w szeroko pojętym biznesie. Analiza case studies mogących stanowić dylematy etyczne u psychologów pracujących m.in. w reklamie, mediach.	P_W01
T2	Poruszanie m.in. takich tematów jak:	P_W02
T3	Rekrutacja pracowników i zarządzanie zasobami ludzkimi	P_W03
T4	Publikacja nieprawdziwych informacji, wystąpienia w mediach	P_U01
T5	Perswazja a manipulacja (cienka granica)	P_U02
T6	Wykorzystanie testów psychologicznych do celów biznesowych	P_U03
T7	Projektowanie badań marketingowych, analiza danych i publikacja wyników	P_K01
	Reklamowanie usług psychologicznych, psychoterapeutycznych, trenerskich czy coachingowych	P_K02
	Etyczne dylematy w pracy trenera i szkoleniowca	

VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EU	Metoda weryfikacji –WŁAŚCIWE WYBRAĆ Egzamin pisemny, egzamin ustny ,kolokwium, projekt, prezentacja, referat, esej inne	Kategoria weryfikowanych efektów uczenia się : wiedza, umiejętności ,kompetencje społeczne WŁAŚCIWE WYBRAĆ
--	---	--

Konwersatorium	Przygotowanie prezentacji multimedialnej według wytycznych prowadzącego	Wiedza, Umiejętności, Kompetencje społeczne
----------------	---	---

WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU wskazać właściwe

Zaliczenie przedmiotu na podstawie pozytywnej oceny przygotowanej prezentacji i aktywny udział w zajęciach..

VII. KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

Niedostateczny (2,0)	Dostateczny (3,0)	Dostateczny plus (3,5)	Dobry (4,0)	Dobry plus (4,5)	Bardzo dobry (5,0)
Poniżej 60%	60,0%-69,99%	70%-74,99%	75%-84,99%	85%-89,99%	90,0%-100%

VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS

Rodzaj aktywności ECTS	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.Udział w zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego i studentów dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II	58	38
W tym		
1.1..Udział w zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego i studentów	50	30
1.2..Egzaminy/zaliczenia -liczba godzin	2	2

1.3..Udział w konsultacjach -liczba godzin	6	6
2.– Indywidualna praca własna studenta - liczba godzin – Projekt / esej / studium przypadku / zadanie praktyczne, samodzielne przygotowanie się do zajęć ,egzaminów, zaliczeń	92	112
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin i ECTS	150 h = 6 ECTS	150 h = 6 ECTS
IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE		
Literatura podstawowa przedmiotu: Kodeks etyczny psychologa PTP, 2019 Kodeks etyczno-zawodowy psychologa PTP, 1991 Kodeks etyczny psychologa Amerykańskiego Towarzystwa Psychologicznego Brzeziński, J., Chyrowicz, B., Toeplitz, Z., Toeplitz-Winiewska, M. (2017). Etyka zawodu psychologa: wydanie nowe. Wydawnictwo Naukowe PWN.		
Literatura uzupełniająca przedmiotu:		
Inne materiały dydaktyczne:		