

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)

Mechanizmy psychologiczne związane z postrzeganiem pieniądza, wartości, inwestycji i zachowania na rynkach finansowych

Tok studiów 2023/2024-2027/2028

Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:	Uczelnia Biznesu i Nauk Stosowanych „Varsovia” w Warszawie Filia w Rzeszowie
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	Psychologia - jednolite studia magisterskie
Liczba punktów ECTS	4
Język przedmiotu- polski, angielski, inny	polski
Profil kształcenia:	PRAKTYCZNY
Nazwa specjalności:	Psychologia biznesu i coaching, 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 organizacji i zarządzania.

II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN

	Wykład	Ćwiczenia/konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Praktyki	Egzamin / zaliczenie	Konsultacje	Suma godzin	Ogółem ECTS
Studia stacjonarne	20	30						2	6	100	4
Studia niestacjonarne	10	20						2	6	100	4

III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

Formy zajęć	Metody dydaktyczne -właściwe podkreślić
<u>Wykład/ćwiczenia</u>	<u>Wykład podający (z prezentacją multimedialną)</u> Wykład problemowy <u>Wykład konwersatoryjny</u> <u>Dyskusja dydaktyczna</u> Ćwiczenia praktyczne pod kierunkiem Ćwiczenia z wykorzystaniem narzędzi informatycznych Metoda przypadków Metoda sytuacyjna Metoda inscenizacji <u>Metoda projektów</u> 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 wiedzę o charakterze pogłębionym na temat znaczenia pieniędzy w psychologii społecznej - pieniądze i relacje interpersonalne oraz zna praktyczne zastosowanie tej wiedzy.	K_W10
P_W02	Posiada pogłębioną wiedzę z zakresu emocji pojawiających się przy decyzjach finansowych.	K_W16
P_W03	Posiada wiedzę w pogłębionym stopniu z zakresu przedsiębiorczości i zarządzania. Zna zastosowania wiedzy psychologicznej na temat postrzegania pieniądza.	K_W19
Umiejętności:		
P_U01	Potrafi prowadzić debatę i dostosowywać argumentację do konkretnych sytuacji zgodnie z praktyką zawodową.	K_U10
P_U02	Potrafi interpretować zachowania w zakresie postrzegania wartości pieniądza w kategoriach społecznych.	K_U16
P_U03	Umie dostosować język komunikacji do rozmówcy. Posiada umiejętności interpersonalne.	K_U19
Kompetencje społeczne:		
P_K01	Student jest wrażliwy na przekaz instytucji, organizacji, mass mediów itp. W zakresie Kreowania przez nie potrzeb i wywierania, wpływu na zachowania konsumenckie	K_K05
V. TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	<u>Wykład</u>	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
T1	Wprowadzenie do psychologii ekonomicznej	P_W01 P_W02 P_W03
T2	Pieniądz w ekonomii. Definicje, funkcje i rodzaje pieniądza	
T3	Dualna natura pieniędzy - symbolizm pieniądza	
T4	Pieniądze w psychologii różnic indywidualnych - postawy wobec pieniędzy.	
T5	Pieniądze w psychologii poznawczej - percepcja pieniędzy i złudzenia z tym związane	
T6	Pieniądze w psychologii społecznej - pieniądze i relacje interpersonalne.	
T7	Psychologiczne znaczenie pieniędzy (samoocena, bufor chroniący przed trwogą egzystencjalną).	
T8	Podejmowanie decyzji finansowych. Emocje w decyzjach finansowych.	
Lp.	<u>Ćwiczenia</u>	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
T9	Pojęcia własności i posiadania oraz ich znaczenie dla podejmowanych zachowań ekonomicznych.	P_U01
T10	Wartości moralne i społeczne w zachowaniach ekonomicznych.	P_U02
T11	Dylematy społeczne: dylemat ograniczonych zasobów oraz dóbr publicznych.	P_U03
T12	Kupowanie – decyzje konsumenckie.	P_K01

T13	Codzienne zachowania ekonomiczne – oszczędzanie, ubezpieczanie się, płacenie podatków.	
T14	Psychologiczne podstawy marketingu.	
T15	Reklama i jej wpływ na zakupy.	
T16	Giełda i gry ekonomiczne.	

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
wykład	kolokwium pisemne – test jednokrotnego wyboru	Wiedza
ćwiczenia	prezentacja multimedialna przygotowana według wytycznych prowadzącego, udział w dyskusji	Umiejętności, Kompetencje społeczne

WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU wskazać właściwe

Zaliczenie przedmiotu na podstawie pozytywnej oceny z prezentacji multimedialnej oraz aktywności studenta na zajęciach.

VII. KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

Ocena kształtująca:

a) w zakresie wykładów:

- na podstawie odpowiedzi na pytania dotyczące materiału omówionego na poprzednich wykładach;

b) w zakresie ćwiczeń:

- na podstawie oceny bieżącego postępu realizacji zadań.

1. Określanie i wyjaśnianie studentom celów uczenia się i kryteriów osiągnięcia celów (określenie i wyjaśnienie studentom oczekiwań: nauczyciel wyjaśnia studentom, co będzie podlegało ocenie i tego od nich wymaga).

2. Organizowanie dyskusji, zadawanie pytań i zadań, uzyskując informację na temat procesu uczenia się studentów.

3. Udzielanie studentom informacji zwrotnej, która umożliwi im widoczny postęp w nauce i będzie zawierała odpowiedź na pytania: Co student zrobił dobrze? Co i jak student ma poprawić? Jak student ma się dalej uczyć, aby się rozwijać i robić postępy?

4. Umożliwianie studentom wzajemnego korzystania ze swojej wiedzy i umiejętności (poprzez pracę w grupach i parach, wzajemne nauczanie, ocenę koleżeńską).

5. Wspomaganie studentów, by stali się autorami procesu swojego uczenia się (rozwijanie u studentów wiary w swoje możliwości, motywacji do nauki i zaangażowania, odpowiedzialności za swój proces uczenia się).

Ocena podsumowująca:

Wykład: ocena wiedzy wykazanej na kolokwium pisemnym o charakterze problemowym.

Liczba punktów wymagana do zaliczenia (51% maksymalnej liczby punktów możliwych do uzyskania).

Punktacja/oceny:

91%-100% - bdb.

81%-90% - db. plus

71%-80% - db.

61%-70% - dst. plus

51%-60% - dst.

50% – ndst.

Ćwiczenia:

Na ocenę podsumowującą składają się oceny cząstkowe zdobyte w trakcie ćwiczeń: ocena przygotowanej przez studenta prezentacji multimedialnej, ocena wystąpienia, ocena aktywności w trakcie zajęć, ocena efektów indywidualnej i zespołowej pracy studenta, stopnia przyswojenia wiedzy i opanowania umiejętności oraz osiągnięcia kompetencji zakładanych w przedmiotowych efektach uczenia się.

Ocena z ćwiczeń: zaliczony/niezaliczony

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

Rodzaj aktywności ECTS	Obciążenie studenta	
	Studia	Studia

	stacjonarne	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	42	62
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin i ECTS	100 h = 4 ECTS	100 h = 4 ECTS

IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:.

Gąsiorowska, A. (2014). Psychologiczne znaczenie pieniędzy. PWN

Zaleśkiewicz, T. (2012). Psychologia ekonomiczna, PWN

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

Baryła, W. (2013). Pieniądze w umyśle. Jak myślenie o pieniądzach wpływa na motywacje. Sopot: Smak Słowa

Gąsiorowska A., Chaplin, L. N., Zaleśkiewicz T., Wygrab S. and Vohs K. D. (2016). Money cues increase agency and decrease

Radke, M. (2023). Nadmierny optymizm analityków sporządzających rekomendacje giełdowe w wycenach przedsiębiorstw. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

Housel, M. (2023). Psychologia pieniędzy. Ponadczasowe lekcje o bogactwie, chciwości i szczęściu. Wydawnictwo EMPIK.

Inne materiały dydaktyczne: