



UNIWERSYTET VIZJA

PROGRAM STUDIÓW

PSYCHOLOGIA

STUDIA I STOPNIA

PROFIL OGÓLNOAKADEMICKI

Rok akademicki rozpoczęcia cyklu kształcenia: 2025/2026

Ogólne informacje i wskaźniki dotyczące programu studiów

Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	Licencjat
Forma/formy studiów	Studia stacjonarne i niestacjonarne
Liczba semestrów konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie	6
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie	180
Łączna liczba godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	Studia stacjonarne: 2372 godz. Studia niestacjonarne: 1752 godz.
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	Studia stacjonarne: 92,2 (51,2%) Studia niestacjonarne 69,8 (38,8%)
Procentowy udział liczby punktów ECTS dla każdej z dyscyplin, do których przyporządkowany jest kierunek w liczbie punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów na danym poziomie – w przypadku kierunku przyporządkowanego do więcej niż jednej dyscypliny	Psychologia 100%
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć związanych z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów	133 pkt. ECTS (73,9%)
Liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	9 pkt ECTS* <small>* w tym zajęcia/grupy zajęć: Wprowadzenie do filozofii. Historia myśli psychologicznej</small>
Liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom lub grupom zajęć do wyboru	55 pkt. ECTS (30,6%)
Wymiar praktyk zawodowych oraz liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach tych praktyk	Brak
Liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego – w przypadku stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich	60 godz.

**Zajęcia przewidziane programem studiów
w podziale na moduły kształcenia wraz z liczbą godzin i punktów ECTS**

	Nazwa zajęć	ECTS	Liczba godzin zajęć	
			Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1. Kształcenie ogólne				
1.	BHP	0	8	8
2.	Zajęcia sportowo-rekreacyjne	0	60	0
3.	Język obcy (DW)	10	120	64
4.	Podstawy komunikacji społecznej	4	30	24
5.	Umiejętności akademickie	1	15	8
6.	Wprowadzenie do filozofii	5	35	20
7.	Wstęp do nauki o państwie i prawie	5	30	24
8.	Podstawy ekonomii	5	30	24
9.	Teoria organizacji i zarządzania	5	30	24
10.	Metodologia badań naukowych	4	30	16
11.	Logika	3	24	16
Razem		42	412	228
2. Kształcenie kierunkowe				
12.	Wprowadzenie do psychologii	5	30	24
13.	Historia myśli psychologicznej	4	30	16
14.	Psychologia edukacyjno-wychowawcza	4	30	24
15.	Metody ilościowe – statystyka	5	60	40
16.	Biologiczne podstawy zachowania	3	30	24
17.	Procesy poznawcze	5	60	40
18.	Psychometria	5	60	40
19.	Wielkie pytania współczesnej psychologii	3	30	16
20.	Trening umiejętności interpersonalnych	2	30	16
21.	Zastosowania statystyki w naukach psychologicznych	5	60	40
22.	Psychologia osobowości	4	30	24
23.	Psychologia społeczna	5	60	40
24.	Psychologia rozwoju człowieka	4	30	24
25.	Etyka zawodu psychologa	2	30	16
26.	Diagnoza psychologiczna	5	60	40
27.	Podstawy pomocy psychologicznej	2	30	16
28.	Koncepcje psychoterapii - nurty, szkoły i metody	3	30	16
29.	Metodologia badań psychologicznych	3	45	24
30.	Emocje i motywacja	5	60	40
31.	Psychologia różnic indywidualnych	4	30	24
32.	Neuropsychologia	4	30	16
33.	Psychoopatologia I	4	30	24
34.	Psychoopatologia II	4	45	24
35.	Metodyka przygotowania projektów	3	30	16
36.	Projekt społeczny	7	30	16
Razem		100	990	640

3. Kształcenie specjalnościowe				
37.	Neuromarketing / Psychologia stosowana / Psychologia w marketingu i HR (DW)*	38	270	184
Razem		38	270	184
Ogółem w całym toku studiów				
		180	1672	1052

***Kształcenie specjalnościowe (wykaz specjalności i zajęć specjalnościowych)**

L.p.	Nazwa zajęć	ECTS	Liczba godzin zajęć	
			Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
<u>3.1. Specjalność: Neuromarketing</u>				
1.	Podstawy reklamy	4	30	24
2.	Wprowadzenie do neuromarketingu	5	30	24
3.	Podstawy marketingu	5	30	24
4.	Badania neuromarketingowe - techniki EEG (I)	5	30	16
5.	Psychologia ekonomiczna	4	30	16
6.	Badania marketingowe	4	30	24
7.	Badania neuromarketingowe - techniki EEG (II)	4	30	24
8.	Badania neuromarketingowe - techniki eyetracker	4	30	16
9.	Psychologia zachowań konsumenckich	3	30	16
Razem dla specjalności		38	270	184
<u>3.2. Specjalność: Psychologia stosowana</u>				
1.	Psychologia kliniczna i seksuologia - wprowadzenie	4	30	24
2.	Wprowadzenie do psychologii pracy i HR	5	30	24
3.	Psycholingwistyka	5	30	24
4.	Psychologia eksperymentalna	5	30	16
5.	Psychologia ekonomiczna	4	30	16
6.	Psychologia śledcza i sądowa	4	30	24
7.	Psychologia sportu	4	30	24
8.	Psychologia kreatywności	4	30	16
9.	Psychologia kulturowa	3	30	16
Razem dla specjalności		38	270	184
<u>3.3. Specjalność: Psychologia w marketingu i HR</u>				
1.	Dobór pracowników (rekrutacja, selekcja, adaptacja)	4	30	24
2.	Wprowadzenie do psychologii pracy i HR	5	30	24
3.	Podstawy marketingu	5	30	24
4.	Wystąpienia publiczne i autoprezentacja	5	30	16
5.	Systemy motywowania, wynagradzania i oceniania pracowników	4	30	16
6.	Badania marketingowe	4	30	24
7.	Zastosowania psychologii w reklamie	4	30	24
8.	Wprowadzenie do coachingu	4	30	16
9.	Psychologia zachowań konsumenckich	3	30	16
Razem dla specjalności		38	270	184

4. Fakultatywne (nieobowiązkowe) moduły kształcenia ogólnego *				
Moduł I				
L.p.	Nazwa zajęć	ECTS	Liczba godzin zajęć	
			Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Język obcy specjalistyczny I	3	30	16
2.	Kulturowe dziedzictwo Europy	3	30	16
3.	Praktyczna nauka języka (leksyka i czytanie) (DW)	5	60	32
4.	Praktyczna nauka języka (gramatyka praktyczna) (DW)	5	60	32
5.	Praktyczna nauka języka (konwersacje) (DW)	5	60	32
6.	Praktyczna nauka języka (pisanie i stylistyka) (DW)	5	60	32
7.	Praktyczna nauka języka (umiejętności zintegrowane) (DW)	4	30	16
Razem		30	330	176
Moduł II				
L.p.	Nazwa zajęć	ECTS	Liczba godzin zajęć	
			Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Język obcy specjalistyczny II	3	30	16
2.	Kulturowe dziedzictwo Polski	3	30	16
3.	Praktyczna nauka języka (leksyka i czytanie) (DW)	5	60	32
4.	Praktyczna nauka języka (gramatyka praktyczna) (DW)	5	60	32
5.	Praktyczna nauka języka (konwersacje) (DW)	5	60	32
6.	Praktyczna nauka języka (pisanie i stylistyka) (DW)	5	60	32
7.	Praktyczna nauka języka (umiejętności zintegrowane) (DW)	4	30	16
Razem		30	330	176

* Zajęcia kształcenia kulturowego i językowego, realizowane w ramach semestru lub roku wstępnego (tzw. *foundation programme*), przeznaczone w szczególności dla cudzoziemców lub osób o niewystarczających kompetencjach w zakresie języka, w którym realizowany jest program studiów.

5. Fakultatywny (nieobowiązkowy) moduł kształcenia ogólnego/kierunkowego ** (zajęcia swobodnego wyboru realizowane w j. angielskim)				
Semestr I				
L.p.	Zajęcia	ECTS	Liczba godzin zajęć dydaktycznych ogółem	
			Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Zajęcia fakultatywne (DW)	maks. 9	maks. 90	maks. 90
Razem		maks. 9	maks. 90	maks. 90
Semestr II				
L.p.	Zajęcia	ECTS	Liczba godzin zajęć dydaktycznych ogółem	
			Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Zajęcia fakultatywne (DW)	maks. 9	maks. 90	maks. 90
Razem		maks. 9	maks. 90	maks. 90

** Zajęcia dodatkowe swobodnego wyboru w j. angielskim są przeznaczone dla studentów I roku studiów stacjonarnych I stopnia lub jednolitych studiów magisterskich. Student może zrealizować do trzech przedmiotów w semestrze. Lista przedmiotów w danym semestrze jest podawana do wiadomości studentów na początku roku akademickiego.

Zajęcia lub grupy zajęć związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów, uwzględniające udział studentów w zajęciach przygotowujących do prowadzenia działalności naukowej lub udział w tej działalności

Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma/formy zajęć	Łączna liczba godzin		Liczba punktów ECTS
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne	
Umiejętności akademickie	W	15	8	1
Podstawy komunikacji społecznej	W	30	24	4
Wprowadzenie do psychologii	W	30	24	5
Metodologia badań naukowych	W	30	16	4
Historia myśli psychologicznej	W	30	16	4
Psychologia edukacyjno-wychowawcza	W	30	24	4
Metody ilościowe - statystyka	W/Ć	60	40	5
Biologiczne podstawy zachowania	W	30	24	3
Procesy poznawcze	W/Ć	60	40	5
Psychometria	W/Ć	60	40	5
Wielkie pytania współczesnej psychologii	K	30	16	3
Zastosowania statystyki w naukach psychologicznych	W/Ć	60	40	5
Psychologia osobowości	W	30	24	4
Psychologia społeczna	W/C	60	40	5
Psychologia rozwoju człowieka	W	30	24	4
Etyka zawodu psychologa	W	30	16	2
Diagnoza psychologiczna	W/Ć	60	40	5
Podstawy pomocy psychologicznej	War.	30	16	2
Koncepcje psychoterapii - nurty, szkoły i metody	W	30	16	3
Metodologia badań psychologicznych	W/Ć	45	24	3
Emocje i motywacja	W/Ć	60	40	5
Psychologia różnic indywidualnych	W	30	24	4
Neuropsychologia	W	30	16	4
Psychopatologia I	W	30	24	4
Psychopatologia II	W	45	24	4
Metodyka przygotowania projektów	K	30	16	3
Projekt społeczny	K	30	16	7
Zajęcia modułu specjalnościowego: Neuromarketing / Psychologia stosowana / Psychologia w marketingu i HR	W/L/War/K	180	128	26
Razem		1215	800	133

Oznaczenia: W – wykłady, L – laboratoria, War – Warsztaty, Ć – ćwiczenia, K – konwersatoria, Sem – seminaria

Zajęcia lub grupy zajęć do wyboru

Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma/formy zajęć	Łączna liczba godzin		Liczba punktów w ECTS
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne	
Język obcy	Lek	120	64	10
Moduł specjalnościowy: Neuromarketing / Psychologia stosowana / Psychologia w marketingu i HR	Wyk/Lab/War /Konw	270	184	38
Projekt społeczny	Konw	30	16	7
Razem		420	264	55

Oznaczenia: Wyk – wykłady, Konw – konwersatoria, War – warsztaty, Lab – laboratoria, Lek – lektoraty.

Efekty uczenia się

Efekty uczenia się uwzględniają uniwersalne charakterystyki pierwszego stopnia dla poziomów 6-7 określone w ustawie z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (*Dz. U. z 2016 r., poz. 64 i 1010*) oraz charakterystyki drugiego stopnia określone w rozporządzeniu Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 14 listopada 2018 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji.

Absolwent **studiów I stopnia** na kierunku **psychologia** uzyskuje kwalifikację pełną na poziomie 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji.

Kategoria charakterystyk i efektów uczenia się	Symbol kierunkowych efektów uczenia się	Po ukończeniu studiów I stopnia na kierunku psychologia absolwent:	Odniesienie do	
			uniwersalnych charakterystyk pierwszego stopnia PRK	charakterystyki drugiego stopnia PRK
W ZAKRESIE WIEDZY				
WIEDZA - zakres i głębia	PS_WG01_Lic	Posiada zaawansowaną wiedzę na temat głównych współczesnych dyscyplin z dziedziny nauk społecznych, ich wzajemnych relacji i powiązań z psychologią jako dyscypliną nauk społecznych.	P6U_W	P6S_WG
	PS_WG02_Lic	Zna w stopniu zaawansowanym historyczne uwarunkowania rozwoju przedmiotu badań naukowych i praktyki współczesnej psychologii.	P6U_W	P6S_WG
	PS_WG03_Lic	Posiada zaawansowaną wiedzę na temat najważniejszych współczesnych kierunków i trendów rozwojowych kluczowych subdyscyplin psychologicznych.	P6U_W	P6S_WG
	PS_WG04_Lic	Rozumie w stopniu zaawansowanym istotę procesu badawczego w psychologii w kontekście naukowym, ze szczególnym uwzględnieniem głównych zastosowań i charakterystyk metodologii ilościowej i jakościowej oraz wytwarzanych przez nie danych.	P6U_W	P6S_WG
	PS_WG05_Lic	Zna w stopniu zaawansowanym główne biologiczne (genetyczne, nerwowe/neuronalne i hormonalne) procesy i struktury stanowiące podłoże zachowania i procesów psychicznych człowieka.	P6U_W	P6S_WG
	PS_WG06_Lic	Posiada zaawansowaną wiedzę na temat głównych procesów i zjawisk przebiegu psychospołecznego rozwoju człowieka w cyklu życia.	P6U_W	P6S_WG
	PS_WG07_Lic	Posiada zaawansowaną wiedzę na temat głównych procesów interakcji i relacji pomiędzy grupami oraz mechanizmów regulujących zachowania w obrębie grup w zróżnicowanych kontekstach społecznych.	P6U_W	P6S_WG
	PS_WG08_Lic	Posiada zaawansowaną wiedzę z zakresu najbardziej wpływowych współczesnych teorii osobowości oraz głównych mechanizmów osobowościowych regulujących zachowanie człowieka.	P6U_W	P6S_WG
	PS_WG09_Lic	Zna w stopniu zaawansowanym współczesny teoretyczny paradygmat diagnozy psychologicznej, główne podejścia do diagnozy psychologicznej oraz możliwe obszary i miejsca zastosowania narzędzi wykorzystywanych w diagnozie psychologicznej, głównie w kontekście prowadzenia badań naukowych w dyscyplinie psychologia.	P6U_W	P6S_WG
	PS_WG10_Lic	Posiada zaawansowaną wiedzę na temat najistotniejszych procesów poznawczych warunkujących zachowania człowieka oraz metod ich obserwacji i pomiaru.	P6U_W	P6S_WG
	PS_WG11_Lic	Posiada zaawansowaną wiedzę na temat współczesnych konceptualizacji normy, zdrowia i patologii w zakresie zdrowia psychicznego, zaburzeń zdrowia psychicznego, biologicznych, psychologicznych i społecznych mechanizmów ich powstawania, oraz głównych paradygmatów teoretycznych ich leczenia.	P6U_W	P6S_WG

	PS_WG12_Lic	Wykazuje się znajomością zagadnień z zakresu szczegółowej wiedzy psychologicznej związanej z wybranymi przez siebie subdyscyplinami lub zastosowaniami psychologii.	P6U_W	P6S_WG
	PS_WG13_Lic	Zna w stopniu zaawansowanym terminologię i pojęcia dotyczące najważniejszych obszarów badawczych i praktycznych psychologii, również w powiązaniu z innymi dyscyplinami z dziedziny nauk społecznych.	P6U_W	P6S_WG
	PS_WG14_Lic	Rozumie zastosowania i charakterystyki ilościowego, psychometrycznego pomiaru oraz statystycznych metod analizy danych i upowszechniania ich w kontekście badań naukowych i publikacji z zakresu psychologii.	P6U_W	P6S_WG
WIEDZA - kontekst				
	PS_WK01_Lic	Zna i rozumie zasady etyczno-moralne dotyczące kontekstu naukowo-badawczego i praktycznego psychologii oraz zna kodeks etyczno-zawodowy psychologa.	P6U_W	P6S_WK
	PS_WK02_Lic	Zna i rozumie funkcję i potencjał psychologii w opisie, wyjaśnianiu i rozwiązywaniu fundamentalnych dylematów, problemów i wyzwań współczesnej cywilizacji.	P6U_W	P6S_WK
	PS_WK03_Lic	Zna podstawowe zasady i funkcje, organizacyjne oraz ekonomiczne, prawne i społeczne procesy tworzenia, rozwoju i zarządzania typowymi formami przedsiębiorczości oraz wykorzystania koncepcji i teorii psychologicznych w warunkach rozwoju przedsiębiorczości.	P6U_W	P6S_WK
	PS_WK04_Lic	Rozumie wielorakie uwarunkowania społeczne (ekonomiczne, prawne, psychologiczne, etyczne i inne) roli zawodowej psychologia, a także możliwe konsekwencje społeczne wynikające z praktycznej działalności zawodowej psychologa.	P6U_W	P6S_WK
	PS_WK05_Lic	Zna podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego w kontekście naukowo-badawczym i praktycznym w psychologii.	P6U_W	P6S_WK
W ZAKRESIE UMIEJĘTNOŚCI				
UMIEJĘTNOŚCI – wykorzystanie wiedzy				
	PS_UW01_Lic	Potrafi przeprowadzić analizę epistemologicznych i filozoficznych założeń leżących u podłoża najbardziej wpływowych teorii psychologicznych i dyscyplin pokrewnych psychologii.	P6U_U	P6S_UW
	PS_UW02_Lic	Potrafi wykorzystywać wiedzę teoretyczną z zakresu psychologii oraz powiązanych z nią dyscyplin w celu analizy złożonych lub nietypowych problemów psychologicznych o charakterze naukowo-badawczym lub praktycznym.	P6U_U	P6S_UW
	PS_UW03_Lic	Potrafi dokonać właściwego doboru i krytycznej analizy źródeł danych empirycznych z zakresu psychologii w celu rozwiązywania złożonych lub nietypowych problemów psychologicznych o charakterze naukowo-badawczym lub praktycznym.	P6U_U	P6S_UW
	PS_UW04_Lic	Potrafi odpowiednio dobrać metody i narzędzia, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne, w celu rozwiązywania złożonych lub nietypowych problemów psychologicznych o charakterze naukowo-badawczym lub praktycznym.	P6U_U	P6S_UW
	PS_UW05_Lic	Potrafi identyfikować sprawdzone naukowo metody pomiaru psychologicznego w zakresie badań naukowych i praktycznych aplikacji.	P6U_U	P6S_UW
	PS_UW06_Lic	Potrafi stosować wymogi APA (American Psychological Association) przy redagowaniu tekstów psychologicznych, w szczególności tekstów naukowych.	P6U_U	P6S_UW
UMIEJĘTNOŚCI – komunikowanie się				
	PS_UK01_Lic	Potrafi efektywnie porozumiewać się z innymi specjalistami w zakresie psychologii, korzystając przy tym z nowoczesnych rozwiązań technologicznych.	P6U_U	P6S_UK
	PS_UK02_Lic	Potrafi brać udział w debacie, przedstawiać i argumentować różne opinie i stanowiska dotyczące zagadnień psychologicznych.	P6U_U	P6S_UK

	PS_UK03_Lic	Potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Opisu Kształcenia Językowego, w tym w zakresie specjalistycznej terminologii psychologicznej.	P6U_U	P6S_UK
UMIEJĘTNOŚCI – organiz	PS_UO01_Lic	Potrafi planować, organizować pracę własną oraz w zespole w zakresie zadań typowych dla kontekstu naukowo-badawczego lub praktycznego w zakresie psychologii z poszanowaniem prawnych regulacji dotyczących zawodu psychologa.	P6U_U	P6S_UO
	PS_UU01_Lic	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować własny rozwój osobisty i zawodowy w kontekście naukowo-badawczym lub praktycznym w zakresie psychologii poprzez ciągłe uczenie się i pogłębianie posiadanych kompetencji zawodowych przez całe życie.	P6U_U	P6S_UU
W ZAKRESIE KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH				
KOMPETENCJE – oceny – krytyczne podejście	PS_KK01_Lic	Jest gotowy do krytycznej oceny wiarygodności źródeł wiedzy psychologicznej pod kątem ich pewności naukowej.	P6U_K	P6S_KK
	PS_KK02_Lic	Uznaje znaczenie wiedzy psychologicznej w rozwiązywaniu problemów o charakterze teoretycznym i praktycznym.	P6U_K	P6S_KK
	PS_KK03_Lic	Docenia znaczenie psychologii dla rozwoju wiedzy o człowieku i prawidłowych relacji w społeczeństwie oraz ma pozytywne nastawienie do nabywania zweryfikowanej, rzetelnej wiedzy psychologicznej.	P6U_K	P6S_KK
	PS_KK04_Lic	Potrafi odpowiedzialnie ocenić granice swoich kompetencji zawodowych w zakresie psychologii i rozumie potrzebę zasięgania opinii innych ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązywaniem problemów naukowo-badawczych lub zawodowych w zakresie psychologii.	P6U_K	P6S_KK
KOMPETENCJE - odpowiedzialność	PS_KO01_Lic	Ujawnia wysoką odpowiedzialność za wypełnianie zobowiązań społecznych wynikających z pozycji i statusu społecznego psychologii jako dyscypliny naukowej i jest gotowy do współorganizowania opartej na wiedzy psychologicznej działalności profilaktycznej i edukacyjnej na rzecz środowiska społecznego.	P6U_K	P6S_KO
	PS_KO02_Lic	Ujawnia postawę prospołeczną wobec osób prezentujących szczególne potrzeby w zakresie wsparcia psychologicznego, co wyraża się w gotowości i umiejętności prowadzenia rozmowy psychologicznej adekwatnie względem własnych kompetencji i możliwości etyczno-prawnych.	P6U_K	P6S_KO
	PS_KO03_Lic	Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy oraz założenia i prowadzenia działalności gospodarczej związanej z zastosowaniami praktycznymi psychologii.	P6U_K	P6S_KO
	PS_KO04_Lic	Ujawnia wrażliwość wobec psychologicznych i społecznych aspektów sytuacji osób niepełnosprawnych, chorych, zaburzonych, a w swoich czynnościach zawodowych dąży do poprawy ich losu, jednocześnie zachowując obiektywizm zawodowy.	P6U_K	P6S_KO
	PS_KO05_Lic	Jest wrażliwy na niekorzystne zjawiska psychologiczne i społeczne przejawiające się w postaci dyskryminacji, szkodliwych stereotypów i uprzedzeń i rozumie potrzebę podejmowania działań na rzecz ich korygowania.	P6U_K	P6S_KO
KOMPETENCJE – rola zawodo	PS_KR01_Lic	Zdaje sobie sprawę z powagi psychologicznych i społecznych konsekwencji wynikających z własnych działań zawodowych dla indywidualnego życia człowieka lub dla grup społecznych, w związku z czym ujawnia wysoki stopień odpowiedzialności za efekty swoich czynności zawodowych.	P6U_K	P6S_KR

	PS_KR02_Lic	Ujawnia rozważę, dojrzałość i zaangażowanie w dbałość o dorobek naukowo-badawczy i praktyczny psychologii poprzez etyczne wykonywanie różnorodnych czynności związanych z wykonywaniem czynności zawodowych przez psychologa.	P6U_K	P6S_KR

Objaśnienia oznaczeń:

PS	- kierunek studiów: „psychologia”
Lic	- poziom studiów: „studia I stopnia”
WG	- kategoria efektów uczenia się: „wiedza” – „zakres i głębia”
WK	- kategoria efektów uczenia się: „wiedza” – „kontekst”
UW	- kategoria efektów uczenia się: „umiejętności” – „wykorzystanie wiedzy”
UK	- kategoria efektów uczenia się: „umiejętności” – „komunikowanie się”
UO	- kategoria efektów uczenia się: „umiejętności” – „organizacja pracy”
UU	- kategoria efektów uczenia się: „umiejętności” – „uczenie się”
KK	- kategoria efektów uczenia się: „kompetencje społeczne” – „krytyczne podejście”
KO	- kategoria efektów uczenia się: „kompetencje społeczne” – „odpowiedzialność”
KR	- kategoria efektów uczenia się: „kompetencje społeczne” – „rola zawodowa”
01 i kolejne	- numery efektów uczenia się w poszczególnych kategoriach

Zajęcia lub grupy zajęć, niezależnie od formy ich prowadzenia, wraz z przypisaniem do nich efektów uczenia się i treści programowych zapewniających uzyskanie tych efektów oraz liczby punktów ECTS

1. KSZTAŁCENIE OGÓLNE		
Kierunkowe efekty uczenia się	BHP <i>Occupational Health & Safety Training</i>	ECTS: 0
Zajęciom tym nie przypisuje się efektów uczenia się (0 pkt. ECTS)	Definicja i istota bezpieczeństwa i higieny pracy. Podstawowe akty prawne z zakresu BHP (Kodeks Pracy, Rozporządzenie w sprawie BHP na uczelniach, Ustawa o Ochronie Przeciwpowodziarowej, Rozporządzenie w sprawie ogólnych przepisów BHP, Rozporządzenie w sprawie szkolenia z zakresu BHP, Rozporządzenie w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie). Instytucje pełniące nadzór nad przestrzeganiem przepisów BHP. Obowiązki i uprawnienia rektora w zakresie przestrzegania zasad BHP na uczelni. Ogólne zasady BHP obowiązujące na terenie uczelni. Ogólne zasady dotyczące budynków, pomieszczeń, maszyn i urządzeń oraz wymagania, jakie powinny spełniać. Zasady wyposażenia budynków/pomieszczeń w sprzęt gaśniczy, apteczki. Zasady poruszania się w ciągach komunikacyjnych. Definicja czynników szkodliwych oraz działania optymalizujące działania czynników. Zagrożenia wypadkowe, rodzaje wypadków. Przyczyny wypadków. Podstawowe zasady ochrony przeciwpożarowej. Akty prawne w zakresie PPOŻ. Zapobieganie zagrożeniom pożarowym. Zasady postępowania w przypadku wystąpienia zagrożenia pożaru. Zasady posługiwania się sprzętem gaśniczym. Rodzaje gaśnic. Procedury ewakuacyjne. Stosowane znaki ewakuacji. Znaki bezpieczeństwa stosowane w ochronie przeciwpożarowej. Postępowanie w razie wypadku. Przepisy regulujące obowiązek udzielenia pierwszej pomocy poszkodowanemu. Podstawowe zabiegi resuscytacyjne. Pozycja boczna ustalona. Opatrywanie zranień, złamań, zwichnięć, oparzeń. Postępowanie w przypadku porażenia prądem elektrycznym. Postępowanie w przypadku zatruc.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Zajęcia sportowo-rekreacyjne <i>Sports and leisure activities</i>	ECTS: 0
Zajęciom tym nie przypisuje się efektów uczenia się (0 pkt. ECTS)	Zasady bezpiecznego uczestnictwa w zajęciach sportowo-rekreacyjnych. Trening zdrowotny. Formy aktywności ruchowej przy muzyce - aerobik, TBC, joga. Ćwiczenia kształtujące sylwetkę z wykorzystaniem sprzętu fitness. Zajęcia aerobowe. Rodzaje zajęć aerobowych. Trening aerobowy i jego funkcje. Nauka i demonstracja techniki ćwiczeń. Tenis stołowy - nauka i doskonalenie wykonania podstawowych elementów technicznych. Elementy tańca towarzyskiego. Zajęcia korekcyjno-kompensacyjne wsparte ćwiczeniami relaksacyjnymi. Zespołowe gry sportowe – koszykówka, piłka siatkowa, ręczna i nożna. Badminton - nauka i doskonalenie podstawowych elementów technicznych. Futsal - nauka i doskonalenie techniki gry. Kształtowanie sprawności ruchowej oraz umiejętności technicznych przez gry i ćwiczenia ogólnorozwojowe.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Język obcy – Język angielski <i>Foreign Language - English</i>	ECTS: 10
Ps_UK03_Lic	<p>Część I Przymiotniki opisujące wygląd, osobowość i zachowanie człowieka. Struktura i zastosowanie czasów teraźniejszych: czas teraźniejszy prosty - <i>Present Simple</i>. Środowisko naturalne i ochrona przyrody – leksyka. Struktura i zastosowanie czasów teraźniejszych: czas teraźniejszy ciągły - <i>Present Continuous</i>. Zdrowie i ciało człowieka – leksyka. Kontrastywne zastosowanie czasów teraźniejszych: <i>Present Simple vs Present Continuous</i>. Turystyka, podróże i wakacje – leksyka. Struktura i zastosowanie czasów teraźniejszych: <i>czas Present Perfect Simple and Continuous</i> (skutek vs akcja). Czas wolny człowieka: hobby, sport, rekreacja – leksyka. Kontrastywne, kompleksowe zastosowanie wszystkich czasów teraźniejszych języka angielskiego.</p> <p>Część II Pobyt w hotelu - problemy i ich rozwiązywanie -leksyka. Struktura i zastosowanie czasów przeszłych: czas przeszły prosty - <i>Past Simple</i> - czasowniki regularne i nieregularne. Nastrój i emocje – leksyka. Struktura i zastosowanie czasów przeszłych: czas przeszły ciągły - <i>Past Continuous</i>. Handel, biznes i komunikacja biznesowa – leksyka. Kontrastywne zastosowanie czasów przeszłych: <i>Past Simple vs Past Continous</i>. Strach i lęki - leksyka. Struktura i zastosowanie czasów przeszłych: <i>czas Past Perfect</i>. Moda i ubrania – leksyka. Kontrastywne, kompleksowe zastosowanie wszystkich czasów przeszłych języka angielskiego.</p> <p>Część III Anatomia ciała – leksyka. Struktura i zastosowanie czasów przyszłych: czas przyszły prosty - <i>Will + infinitive</i>. Poradnia psychologiczna – leksyka. Struktura i zastosowanie czasów przyszłych: wyrażenie "going to" - plany i przewidywanie przyszłości. Sport – leksyka. Struktura i zastosowanie czasów przyszłych: <i>zaaranżowana przyszłość - Present Continuous for future</i>.</p>	

	<p>Życie na wsi i w mieście – leksyka. Kontrastywne zastosowanie czasów przyszłych: will = infinitive, going to, <i>Present Continuous for future</i>. Diagnoza psychologiczna – leksyka. Kontrastywne, kompleksowe zastosowanie wszystkich czasów przyszłych języka angielskiego (z uwzględnieniem <i>Future Continuous, Future Perfect</i> i form opisowych).</p> <p>Część IV Teorie osobowości – leksyka. Zdania złożone - struktura i zastosowanie - kompleksowe zastosowanie spójników. Procesy poznawcze, emocjonalne i motywacyjne – leksyka. Czasowniki frazowe - rozdzielne i nierozdzielne. Wyrażanie uczuć i opinii – leksyka. Czasowniki modalne - ich funkcje i formy. Analiza i tłumaczenie tekstów specjalistycznych z zakresu psychologii. Mowa zależna w języku angielskim - zasady tworzenia i zastawiania. Prezentacja wybranego tematu z zakresu psychologii w języku angielskim - wypowiedź ustna. Kompleksowe zastosowanie rzeczowników, przymiotników, i przysłówków w różnych zdaniach z uwzględnieniem wszystkich czasów języka angielskiego (teraźniejszość, przeszłość, przyszłość).</p>	
Kierunkowe efekty uczenia się	Język obcy – Język niemiecki <i>Foreign Language - German</i>	ECTS: 10
Ps_UK03_Lic	<p>Część I Przymiotniki opisujące wygląd, osobowość i zachowanie człowieka. Rodzajnik określony i nieokreślony odmiana przez przypadki. Środowisko naturalne i ochrona przyrody – leksyka. Zaimek osobowy - odmiana przez przypadki. Zdrowie i ciało człowieka – leksyka. Rzeczownik niemiecki - odmiana przez przypadki - <i>Nominativ, Genitiv, Dativ, Akkusativ</i>. Turystyka, podróże i wakacje – leksyka. Czasowniki modalne, czasowniki <i>haben</i> i <i>sein</i> - odmiana i zastosowanie. Czas wolny człowieka: hobby, sport, rekreacja – leksyka. Przyimki niemieckie z <i>Dativ</i> i <i>Akkusativ</i>.</p> <p>Część II Pobyt w hotelu - problemy i ich rozwiązywanie – leksyka. Czas przeszły <i>Perfekt</i> z <i>haben</i> i <i>sein</i> - czasowniki słabe i mocne. Nastroj i emocje – leksyka. Czas przeszły <i>Praeteritum</i> - odmiana czasowników. Handel, biznes i komunikacja biznesowa – leksyka. Czasowniki niemieckie wymagające przypadków <i>Dativ</i> i <i>Akkusativ</i>. Strach i lęki - leksyka. Zdania złożone podrzędnie. Moda i ubrania – leksyka. Tryb rozkazujący języka niemieckiego.</p> <p>Część III Anatomia ciała – leksyka. Zdanie podrzędne dopełnieniowe i okolicznikowe celu (z <i>dass</i> i <i>damit</i>). Poradnia psychologiczna – leksyka. Stopniowanie przymiotników niemieckich. Sport – leksyka. Zdanie podrzędne warunkowe i przyczynowe (z <i>wenn</i> i <i>weil</i>). Laboratorium i sprzęt laboratoryjny – leksyka. Czasowniki zwrotne w <i>Dativ</i> i <i>Akkusativ</i>. Diagnoza psychologiczna – leksyka. Zdanie podrzędne czasowe i ograniczające (z <i>wenn</i>, <i>waehrend</i>, <i>obwohl</i>).</p> <p>Część IV Teorie osobowości – leksyka. Zaimki i zdania względne. Procesy poznawcze, emocjonalne i motywacyjne – leksyka. Tryb przypuszczający czasowników słabych i mocnych <i>Konjunktiv II</i>. Wyrażanie uczuć i opinii – leksyka. Strona bierna <i>Passiv</i> - wszystkie czasy. Analiza i tłumaczenie tekstów specjalistycznych z zakresu psychologii. Czas przeszły <i>Plusquamperfekt</i>. Prezentacja wybranego tematu z zakresu psychologii w języku niemieckim - wypowiedź ustna. Czas przyszły <i>Futur I</i> i <i>II</i></p>	
Kierunkowe efekty uczenia się	Podstawy komunikacji społecznej <i>Foundations of Social Communication</i>	ECTS: 4
Ps_WG03_Lic Ps_WG07_Lic Ps_WK04_Lic Ps_UK01_Lic Ps_UK02_Lic Ps_UO01_Lic Ps_KK04_Lic Ps_KO05_Lic	Komunikacja społeczna – definicje, modele i tradycje badawcze. Komunikacja interpersonalna – teorie poświęcone przekazom interpersonalnym, budowaniu i podtrzymywaniu relacji oraz wywieraniu wpływu. Komunikacja publiczna i grupowa – teorie poświęcone komunikacji grupowej, publicznej i w organizacjach. Komunikacja masowa – teorie poświęcone kulturze i mediom oraz efektom medialnym. Komunikacja interkulturowa – teorie poświęcone kontaktom interkulturowym i procesom adaptacji. Integracja teorii komunikacji.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Umiejętności akademickie <i>Academic Skills</i>	ECTS: 1
Ps_WG04_Lic PS_WG14_Lic Ps_WK01_Lic Ps_WK04_Lic Ps_WK05_Lic Ps_UW04_Lic Ps_UW06_Lic Ps_UK01_Lic Ps_KK01_Lic Ps_KR02_Lic	Wartości akademickie. Odróżnienie nauki od pseudonauki. Obiektywizm, sceptycyzm, dążenie do prawdy, otwartość na nowe informacje, dążenie do zdobywania kompetencji, sumienność. Ochrona wartości intelektualnej, bezstronne, niezafalszowane prezentowanie danych. Identyfikowanie problemu. Prezentacja konkretnych przykładów problemów. Poszukiwanie zagadnienia, które dla studenta jest ważne, które wzbudza jego zainteresowanie i potrzebę działania. Przedstawienie opisu problemu. Rozumowanie. Myślenie racjonalne i intuicyjne. Błędy i zniekształcenia myślenia racjonalnego, błędy logiczne. Wnioskowanie. Komunikowanie. Styl pisania tekstów akademickich. Struktura różnych rodzajów tekstów akademickich. Przedstawianie i ocena argumentów obu stron sporu akademickiego. Analiza dyskusji problemu.	

Kierunkowe efekty uczenia się	Wprowadzenie do filozofii (DW) <i>Foundations of Philosophy (Elective)</i>	ECTS: 5
Ps_WG01_Lic Ps_WG02_Lic Ps_WG07_Lic Ps_WK02_Lic Ps_WK04_Lic Ps_UW01_Lic Ps_UK02_Lic Ps_KK01_Lic Ps_KK03_Lic	Filozofia jako refleksja i wiedza o świecie. Struktura filozofii. Metoda filozofii. Cele filozofii. Gatunki wiedzy ludzkiej. Filozofia a nauka. Spory o naturę rzeczywistości (pytanie o arche, spór o substancje: monizm, dualizm, pluralizm, spór o istnienie świata: realizm - idealizm). Wielkie systemy ontologiczno-metafizyczne (Platona, Arystotelesa, św. Augustyna, św. Tomasza, Kartezjusza, Kanta, Hegla). Spór o źródła poznania: racjonalizm genetyczny (natywizm), empiryzm genetyczny, racjonalizm-irracjonalizm. Spór o metodę poznania (aprioryzm, aposterioryzm). Spór o przedmiot (granice) poznania (realizm, sceptycyzm, agnostycyzm). Wybrane koncepcje prawdy: klasyczna (arystotelesowska) koncepcja prawdy, nieklasyczne teorie prawdy. Problem absolutności i względności prawdy. Antropologia filozoficzna: problem psychofizyczny, dualizm antropologiczny (Platon, Kartezjusz), hylemorfizm Arystotelesa, chrześcijańskie koncepcje człowieka, egzystencjalistyczna wizja człowieka). Podstawowe nurty współczesnej filozofii (pozytywizm i neopozytywizm, egzystencjalizm, filozofia dialogu, personalizm, pragmatyzm i postmodernizm). Fundamentalne pytania filozofii wartości (spór o istnienie wartości, ład aksjologiczny, poznanie wartości). Kierunki i szkoły w etyce. Etyka opisowa i etyka normatywna. Zagadnienia sensu i celu życia. Filozofia społeczna. Podstawowe wartości społeczne: sprawiedliwość, równość, wolność. Wizje dobrego państwa. Wybrane zagadnienia estetyki (piękno jako idea, subiektywizacja i indywidualizacja piękna w świetle krytyki smaku, doświadczenie estetyczne, piękno natury). Filozofia języka (język jako medium i jako przedmiot poznania, natura znaczenia, użycie języka, rozumienie języka, relacja między językiem a rzeczywistością). Spór o uniwersalia. Tłumaczenie i interpretacja. Poznanie a rozumienie. Debata oksfordzka nad tezami filozoficznymi.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Wstęp do nauki o państwie i prawie <i>Study of state and law</i>	ECTS: 5
Ps_WG01_Lic Ps_WG07_Lic Ps_WK02_Lic Ps_WK03_Lic Ps_WK04_Lic Ps_UW01_Lic Ps_KR01_Lic	Pojęcie i rozumienie państwa, prawa i polityki. Przedmiot nauki o państwie i prawie. Władza i rządzenie. Legitymacja władzy a legalność działania. Zasięg, zakres i siła władzy. Polityka i administracja. Polityka, gospodarka, stosunki społeczne. Polityka a prawo. Doktryny polityczno-prawne. Pojęcie państwa. Geneza państwa. Typologiczna charakterystyka państwa. Pojęcie narodu i społeczeństwa. Państwo jako organizacja polityczna, hierarchiczna, suwerenna. Aparat państwowy. Forma państwa. Forma rządów. Struktura prawna państwa. System wyborczy. Funkcje państwa. Partie polityczne. Grupy interesu. Pojęcie i funkcje prawa. System prawa. Tworzenie, obowiązywanie prawa. Przestrzeganie i stosowanie prawa. Kultura prawna. Podstawy polskiego systemu prawnego oraz systemu prawnego Unii Europejskiej.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Podstawy ekonomii <i>Fundamentals of Economics</i>	ECTS: 5
Ps_WG01_Lic Ps_WG07_Lic Ps_WK02_Lic Ps_WK03_Lic Ps_WK04_Lic Ps_UW01_Lic Ps_KO03_Lic Ps_KR01_Lic	Wprowadzenie i wyjaśnienie podstawowych pojęć. Kierunki rozwoju ekonomii jako nauki. Proces badawczy w ekonomii. Proces wnioskowania w ekonomii. Metody badawcze w ekonomii. Wyjaśnianie i prognozowanie w ekonomii. Osobliwości ekonomii. Subdyscypliny ekonomiczne. Wewnętrzny podział ekonomii. Ekonomia głównego nurtu. Ekonomia poza głównym nurtem. Teorie ludnościowe. Problem ubóstwa i wykluczenia zawodowego. Problem aktywności zawodowej i bezrobocia. Wzrost i rozwój gospodarczy. Inflacja i deflacja.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Teoria organizacji i zarządzania <i>Organization and Management Theory</i>	ECTS: 5
Ps_WG01_Lic Ps_WG07_Lic Ps_WK02_Lic Ps_WK03_Lic Ps_WK04_Lic Ps_UW01_Lic Ps_KO03_Lic	Teoria organizacji i zarządzania jako dyscyplina naukowa. Uwarunkowania powstania nauk o organizacji i zarządzaniu. Organizacja i zarządzanie jako obiekt badań. Ujęcia organizacji. Organizacje jako system. Charakterystyczne cechy i cele organizacji. Szkoły i kierunki w naukach organizacji i zarządzania. Modele organizacji. Typologia organizacji i zarządzania. Rola wiedzy w organizacji. Rola otoczenia organizacji. Podstawowe funkcje zarządzania. Kierowanie organizacją - autorytet, przywództwo, władza, delegowanie, podejmowanie decyzji. Rola zarządzania kapitałem ludzkim w organizacji.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Metodologia badań naukowych <i>Methodology of Scientific Research</i>	ECTS: 4
Ps_WG01_Lic Ps_WG02_Lic Ps_WG04_Lic	Nauki społeczne oraz metody i techniki badań społecznych. Cele badań społecznych. Umiejętność pracy zespołowej. Struktura procesu badawczego, w tym wstępne sformułowanie problemu, operacjonalizacja problematyki badawczej, przygotowanie narzędzi badawczych, pilotaż badań	

Ps_WG14_Lic Ps_UW01_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UW04_Lic Ps_KK01_Lic Ps_KK02_Lic	oraz dobór próby do badań. Formułowanie tez, hipotez, twierdzeń. Narzędzia badań społecznych – kwestionariusz ankiety, kwestionariusz wywiadu, badania eksperymentalne, badania jakościowe, badania ilościowe itp. Realizacja badań. Weryfikacja zgromadzonego materiału empirycznego, grupowanie i analiza. Wykorzystanie narzędzi informatycznych do obróbki danych. Formułowanie wniosków z przeprowadzonych badań. Etyka w badaniach społecznych.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Logika <i>Logic</i>	ECTS: 3
Ps_WG01_Lic Ps_UW01_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_KK02_Lic	Logika jako nauka. Historia logiki. Podstawowe pojęcia logiczne. Pytanie o istotę prawdy. Język jako system znaków. Definicje i błędy w definiowaniu. Rozumowania. Klasyczny rachunek zdań. Klasyczny rachunek predykatów. Argumentowanie. Pytania i odpowiedzi. Po co człowiekowi XXI wieku logika?	
2. KSZTAŁCENIE KIERUNKOWE		
Kierunkowe efekty uczenia się	Wprowadzenie do psychologii <i>Introduction to Psychology</i>	ECTS: 5
Ps_WG01_Lic Ps_WG02_Lic Ps_WG07_Lic PS_WG13_Lic PS_WG14_Lic Ps_WK02_Lic Ps_WK04_Lic Ps_UW01_Lic Ps_KK01_Lic Ps_KK02_Lic Ps_KK03_Lic	Wprowadzenie do nauki psychologii (główne szkoły i kierunki oraz ich porównanie). Psychologia jako dyscyplina naukowa - jej przedmiot, metody i cele. Etapy rozwoju psychicznego człowieka. Procesy spostrzegania. Procesy uwagi. Proces uczenia się i zapamiętywania. Myślenie i inteligencja. Emocje i motywacja. Język i komunikowanie się. Różnice indywidualne, temperament i osobowość. Jednostka wobec społeczności. Zaburzenia zachowania. Psychologia jako dziedzina praktyki - praktyczne zastosowania psychologii w różnych obszarach życia. Procesy poznawcze: wrażenia, percepcja, uwaga. Procesy poznawcze: pamięć, myślenie, uczenie. Emocje: typologie, funkcje, znaczenie dla życia człowieka. Motywacja: rodzaje, funkcje, znaczenie dla życia człowieka. Osobowość - teoria Wielkiej Piątki, pomiar osobowości oraz znaczenie w wyjaśnianiu zachowań człowieka. Mechanizmy wpływu społecznego: przykłady eksperymentów społecznych i możliwych zastosowań wyników tych eksperymentów. Społeczne mechanizmy agresji, stereotypizacji, wykluczenia społecznego i sposoby przeciwdziałania im. Etyczne aspekty psychologii.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Historia myśli psychologicznej <i>History of Psychological Thought</i>	ECTS: 4
Ps_WG01_Lic Ps_WG02_Lic Ps_WG03_Lic Ps_WG12_Lic Ps_WK04_Lic Ps_UW01_Lic Ps_KK02_Lic Ps_KK03_Lic	Prezentacja wybranej literatury polskiej i zagranicznej z zakresu historii myśli psychologicznej. Etymologia słowa „historia”. Fakt z przeszłości i fakt historyczny. Etymologia i analiza historyczna słowa „psychologia”. Wigowski mit historyczny w kontekście historii psychologii. Historia myśli psychologicznej a historia psychologii. Pojęcie i funkcja świadomości historycznej. Historyczne rozwinięcie nazwy „psychologia”. Arystoteles, Melanchthon i Goclenius. Świadomość, zachowanie i nieświadomość: główne kategorie pojęciowe wyznaczające treść wykładów. Historyczny spór o naukowość psychologii. Wilhelm Wundt jako założyciel współczesnej psychologii. Wundtowski przełom metodologiczny. Przedmiot i metoda psychologii eksperymentalnej Wundta. Introspekcja jako obserwacja wewnętrzna i jako spostrzeganie wewnętrzne. Wundta psychologia historyczno-kulturowa. Behawioryzm metafizyczny i behawioryzm metodologiczny. Główne założenia psychologii behawiorystycznej Johna Watsona. Determinizm i redukcjonizm w nauce w kontekście psychologii behawiorystycznej. Mit założycielski psychoanalizy Sigmunda Freuda. Freuda uwiedzeniowa teoria hysterii i zmienne koleje jej losu. Anna O. i Emma Ekestein. Kontrowersje wokół narodzin psychoanalizy: Jeffrey Masson i ortodoksyjna psychoanaliza. Społeczne następstwa kontrowersji. Osobliwości powstania psychologii w Polsce. Kazimierz Twardowski i jego szkoła psychologiczna w ramach filozoficznej Szkoły Lwowskiej. Historia psychologii jako układ odniesienia łączący różnorodne koncepcje i teorie we współczesnej psychologii.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Psychologia edukacyjno-wychowawcza <i>Educational Psychology</i>	ECTS: 4
Ps_WG03_Lic Ps_WG06_Lic Ps_WG10_Lic Ps_WK02_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW04_Lic Ps_UK01_Lic Ps_KK04_Lic	Behawioralne podejście do procesów uczenia się i wychowania. Podstawowe i złożone procesy poznawcze w edukacji. Konstrukttywizm poznawczy i społeczny a praktyka edukacyjna. Współczesne teorie motywacji do uczenia się i rozwoju osobistego. Negatywny afekt w edukacji i jego wpływ na procesy poznawcze. Różnice indywidualne ucznia: inteligencja, pamięć robocza i styl poznawczy. Specjalne potrzeby edukacyjne uczniów. Diagnostyka i ocenianie w edukacji. Reprezentatywne badania z zakresu psychologii edukacyjnej - analiza i krytyka.	

Ps_KO01_Lic Ps_KO02_Lic		
Kierunkowe efekty uczenia się	Metody ilościowe - statystyka <i>Introduction to statistics</i>	ECTS: 5
Ps_WG03_Lic Ps_WG04_Lic PS_WG14_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UW04_Lic Ps_UW06_Lic Ps_UK01_Lic Ps_KK01_Lic Ps_KK02_Lic	Po co mi to w ogóle potrzebne?! Jak statystyka pomaga zrozumieć człowieka. Przegląd podstawowych pojęć statystycznych. Trafność, rzetelność, bezstronność. Podstawy wnioskowania częstościowego oraz zasady myślenia Bayesowskiego. Poznaj swoje miejsce w świecie empirii – czyli jak wygląda proces badawczy oraz jaką rolę pełni w nim statystyka? Wprowadzenie do Jamovi. Czy placebo działa? Plan badania eksperymentalnego oraz podstawowe testy różnic między grupami w teorii i praktyce. Model korelacyjny i regresja – czy to jedno i to samo? Wprowadzenie do badań longitudinalnych. A czy 30 osób wystarczy? Analiza mocy testów różnic między grupami w Jamovi. Skąd się wziął kryzys replikacyjny w psychologii i dlaczego nie dotyczy on wszystkich jednakowo.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Biologiczne podstawy zachowania <i>Biological Psychology</i>	ECTS: 3
Ps_WG03_Lic Ps_WG05_Lic Ps_WG11_Lic Ps_UW01_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_KK02_Lic	Elementy strukturalne układu nerwowego. Czynność neuronu. Budowa układu nerwowego. Narząd wzroku. Właściwości optyczne i recepcyjne narządu wzroku. Percepcja wzrokowa. Zmysł słuchu. Percepcja czucia z mechanoreceptorów skóry. Zmysł powonienia. Zmysł smaku. Organizacja czynnościowa ośrodkowego układu nerwowego. Sen. Czucie bólu. Zdobywanie i unikanie. Układ limbiczny. Odruchy. Odruchy i napięcie mięśniowe. Korowe ośrodki ruchowe. Półkule mózgu. Droga ruchowa. Pamięć. Neuroprzebieżniki. Pęcherzyki synaptyczne. Przekaznictwo aminokwasami. Przekaznictwo cholinergiczne. Przekaznictwo dopaminergiczne. Przekaznictwo serotoninergiczne. Przekaznictwo noradrenergiczne. Przekaznictwo peptydergiczne. Czynność gruczołów wewnątrzwydzielniczych.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Procesy poznawcze <i>Cognitive Psychology</i>	ECTS: 5
Ps_WG03_Lic Ps_WG10_Lic PS_WG13_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_KK02_Lic Ps_KO05_Lic	Wprowadzenie do psychologii poznawczej. Jaki jest przedmiot zainteresowań psychologii poznawczej, jakie są jej podstawowe założenia. Przetwarzanie informacji, definicja informacji. Mózgowe podłoże procesów poznawczych. Reprezentacje umysłowe i pojęcia. Wybrane zagadnienia z zakresu reprezentacji umysłowych i pojęć. Pojęcie reprezentacji umysłowej. Rodzaje reprezentacji umysłowych. Reprezentacje obrazowe. Teoria Kosslyna. Demonstracja: Rotacje umysłowe. Teorie pojęć. Percepcja Wybrane zagadnienia z zakresu percepcji. Percepcja wzrokowa – podstawy anatomiczne. Podstawowe pojęcia (np. wrażenie, spostrzeżenie, bodziec proksymalny, dystalny). Spostrzeganie głębi. Wybrane złudzenia percepcyjne i ich interpretacja. Wybrane zagadnienia z zakresu uwagi. Uwaga, wprowadzenie. Demonstracja: Słuchanie dychotyczne. Demonstracja: Zadanie Posnera. Demonstracja: Niewidzenie zmian. Podsumowanie, wnioski teoretyczne z demonstracji. Wybrane zagadnienia z zakresu kontroli poznawczej. Demonstracja: Poszukiwanie wzrokowe. Automatyzacja, funkcje zarządcze. Demonstracja: Efekt interferencji Stroopa. Hamowanie. Wybrane zagadnienia z zakresu pamięci: Modele magazynowe, magazyn sensoryczny, magazyn pamięci krótkotrwałej i długotrwałej. Procedura Sperlinga. Badanie krzywej pozycyjnej. Badanie pojemności pamięci roboczej. Modele pamięci roboczej. Wybrane problemy z zakresu rozumowania i myślenia. Rozumowanie dedukcyjne i indukcyjne. Rozumowanie syllogistyczne. Demonstracja: zadanie selekcyjne Wasona. Wybrane zagadnienia z zakresu podejmowania decyzji i wydawania sądów. Tendencyjność w wydawaniu sądów. Wybrane heurystyki. Demonstracja: Problem Lindy. Sądy intuicyjne. Dwa systemy myślenia. Demonstracja: Test refleksji poznawczej (Cognitive reflection test, CRT). Wybrane zagadnienia z zakresu rozwiązywania problemów: Problem, definicja. Problem wg. psychologii Gestalt. Podejście Simona i Newella do rozwiązywania problemów. Rozwiązywanie problemów przez analogię. Demonstracja: Wieża z Hanoi, problem radiacji, problem szachownicy i in. Wybrane zagadnienia z zakresu psycholingwistyki. Fonologia, leksykon, gramatyka, dwujęzyczność.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Psychometria <i>Psychometrics</i>	ECTS: 5
Ps_WG03_Lic Ps_WG04_Lic Ps_WG09_Lic PS_WG13_Lic	Czym zajmuje się psychometria? Specyfika pomiaru psychometrycznego. Pojęcie testu psychologicznego. Kryteria dobroci testów psychologicznych. Rodzaje testów psychologicznych. Etapy konstruowania testów psychologicznych. Zasady tworzenia i doboru pozycji testowych. Analiza pozycji testowych. Analiza językowo-treściowa pozycji testowych. Trudność pozycji.	

PS_WG14_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UW04_Lic Ps_UW05_Lic Ps_UK01_Lic Ps_KK01_Lic Ps_KK02_Lic	<p>Moc dyskryminacyjna pozycji. Zależność między trudnością a mocą dyskryminacyjną pozycji oraz ich wpływ na rzetelność i trafność testu. Rzetelność testu. Metody szacowania rzetelności testu. Pojęcie testów równoległych. Rzetelność testu a długość testu, jednorodność próby i wariancja wyników prawdziwych. Pojęcie trafności testu. Rodzaje trafności testu: fasadowa, treściowa, kryterialna (diagnostyczna i prognostyczna), teoretyczna. Kontaminacja kryterium. Metody badania trafności testu. Trafność a rzetelność. Pojęcie normy w psychometrii. Rodzaje norm. Wyniki standaryzowane. Typy skal. Skale oparte na rozkładzie prostokątnym (skala centylowa). Skale oparte na rozkładzie normalnym (skala stenowa, staninowa, tenowa, tetronowa, ilorazu inteligencji). Proces normalizacji rozkładu wyników surowych. Zasady zbierania danych normalizacyjnych. Normy ogólne a normy lokalne. Proces wnioskowania psychometrycznego. Klasyczna teoria testów. Pojęcie błędu losowego i systematycznego. Standardowy błąd pomiaru. Standardowy błąd różnicy. Punktowa i przedziałowa estymacja wyniku prawdziwego. Porównywanie wyników dwóch osób w tym samym teście lub wyników jednej osoby uzyskanych w dwóch testach. Stroniczość testu i pozycji testowych. Podstawowe problemy adaptowania testów. Problemy etyczne i prawne związane ze stosowaniem testów. Prawa osób badanych. Zasady korzystania z podręczników testowych. Procedura badania testowego i odstępstwa od niej. Praktyczne znaczenie informacji o rzetelności, trafności i rodzaju norm. Zajęcia wstępne. Czym zajmuje się psychometria? Specyfika pomiaru psychometrycznego. Czym jest test psychologiczny? Konstruowanie kwestionariusza psychologicznego cz. 1. Praca w zespołach: Przygotowanie projektu kwestionariusza. Sformułowanie definicji teoretycznej i operacyjnej mierzonej cechy. Konstruowanie kwestionariusza psychologicznego cz. 2. Praca w zespołach: Generowanie pozycji testowych. Konstruowanie kwestionariusza psychologicznego cz. 3. Praca w zespołach: Ocena językowa i treściowa pozycji testowych. Badanie trafności treściowej testu. Obliczanie współczynnika zgodności ocen sędziów W-Kendalla. Wykorzystanie programu statystycznego SPSS do obliczania współczynnika zgodności ocen W-Kendalla. Analiza rzetelności. Obliczanie współczynnika zgodności wewnętrznej przy wykorzystaniu wzorów KR-20 i alfa Cronbacha. Wykorzystanie programu SPSS do obliczania współczynnika zgodności wewnętrznej testu. Analiza pozycji. Moc dyskryminacyjna i trudność pozycji. Zmiany parametrów testu w efekcie usuwania pozycji o różnych mocach dyskryminacyjnych lub trudnościach. Wykorzystanie programu statystycznego SPSS przy obliczaniu mocy dyskryminacyjnej (współczynnik korelacji pozycja-skala). Trafność kryterialna i teoretyczna. Analiza wyników badań walidacyjnych na przykładzie danych zamieszczonych w wybranym podręczniku testowym. Klasyczna teoria testów. Pojęcie wyniku otrzymanego i wyniku prawdziwego. Obliczanie wartości półprzedziału ufności. Konstruowanie przedziału ufności dla wyniku otrzymanego i estymowanego wyniku prawdziwego. Minimalna istotna różnica. Porównywanie wyników dwóch osób uzyskanych w tym samym teście lub wyników jednej osoby uzyskanych w podtestach tego samego testu. Typy skal. Wyniki standaryzowane. Skale oparte na rozkładzie prostokątnym (skala centylowa). Skale oparte na rozkładzie normalnym (skala stenowa, staninowa, tenowa, ilorazu inteligencji). Proces normalizacji rozkładu wyników surowych. Obliczanie norm centylowych. Obliczanie norm stenowych, staninowych, tenowych i IQ.</p>
Kierunkowe efekty uczenia się	Wielkie pytania współczesnej psychologii <i>Big Questions of Modern Psychology</i> ECTS: 3
Ps_WG02_Lic PS_WG13_Lic Ps_WK02_Lic Ps_WK04_Lic Ps_UW01_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UK02_Lic Ps_KK01_Lic Ps_KK03_Lic Ps_KR02_Lic	<p>Wprowadzenie. Cel naukowy psychologii akademickiej i możliwości jego osiągnięcia. Metody samoopisowe w psychologii – potencjał, ograniczenia. Problemy w popularyzacji metod eksperymentalnych i obserwacji zachowania. Kryzys replikacyjny w psychologii – przyczyny, natura, potencjalne rozwiązania. Rola rynku publikacyjnego w generowaniu i utrzymywaniu kryzysu replikacyjnego. Reprezentatywność badań psychologicznych – psychologia jako nauka o studentach psychologii. Potencjalne drogi ku interdyscyplinarności. Psychologia akademicka w epoce <i>big data</i> i symulacji komputerowych. „Śmierć ekspertyzy,” status psychologii akademickiej w społeczeństwie i wdrażanie wyników badań psychologicznych w praktyce. Źródła problemów, bariery systemowe. „Trudny problem” psychologii. Potencjał psychologii do przewidywania indywidualnych zachowań. Status psychologii wobec postępów nauk biologicznych i medycznych. Psychologia wobec współczesnych wyzwań społecznych. Służba zdrowia psychicznego – efektywność oddziaływań vs. dostęp do usług. Kwestia medykalizacji cierpienia, ograniczenia modelu medycznego wobec zaburzeń psychicznych. Psychologia wobec radykalizacji ideologicznej, żałoby klimatycznej.</p>
Kierunkowe efekty uczenia się	Trening umiejętności interpersonalnych <i>Interpersonal Skills Training</i> ECTS: 2
Ps_WG07_Lic Ps_WG08_Lic Ps_WK03_Lic Ps_WK04_Lic Ps_UW04_Lic	<p>Rozwijanie umiejętności społecznych ze szczególnym uwzględnieniem kompetencji komunikacyjnych. Rozwijanie umiejętności pracy w grupie i przyjmowania ról zarówno uczestnika zespołu, jak i jego lidera. Poznawanie sposobów radzenia sobie w sytuacjach konfliktowych. Rozwijanie umiejętności przyjmowania i udzielania wsparcia. Namysł nad</p>

Ps_UK01_Lic Ps_UO01_Lic Ps_KK03_Lic Ps_KO03_Lic Ps_KR02_Lic	utrwalonymi nawykami utrudniającymi nawiązywanie, podtrzymywanie i pogłębianie relacji z innymi ludźmi.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Zastosowania statystyki w naukach psychologicznych <i>Statistics – Applications to Psychological Sciences</i>	ECTS: 5
Ps_WG03_Lic Ps_WG04_Lic PS_WG13_Lic PS_WG14_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UW04_Lic Ps_UW06_Lic Ps_UK01_Lic Ps_KK01_Lic Ps_KK02_Lic	Jak wiedza o statystyce może mi pomóc zrozumieć człowieka? Jak badać coś czego nie widać? Wprowadzenie do modelowania równań strukturalnych: modele ścieżkowe, modele strukturalne i analiza czynnikowa serwowana w różnych wariantach. Czy wszyscy są tacy sami? Analiza bezstronności pomiaru za pomocą wielogrupowej analizy czynnikowej. Adaptacja kulturowa testów psychologicznych krok po kroku. Korelacje to nie tylko badania kross-sekcyjnalne! Analiza latentnych krzywych wzrostu oraz wprowadzenie do analizowania intensywnych badań podłużnych. Wprowadzenie do R. Analiza mediacji i moderacji w Jamovi i w R. Wprowadzenie do psychometrii sieciowej: Eksploracyjna analiza grafów – teoria i praktyka. A co ja w ogóle zrobiłem/zrobiłam? Taksonomia wkładu pracy CRediT. Burza mózgów! Ocena właściwości psychometrycznych narzędzi opracowanych przez Studentów. Analiza wariancji wzdłuż i wszerz: jedno- i dwu-czynnikowa ANOVA, porównania wielokrotne i testy post-hoc, efekty interakcyjne, powtarzane pomiary oraz nieparametryczne odpowiedniki. Różne oblicza równania regresji.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Psychologia osobowości <i>Psychology of Personality</i>	ECTS: 4
Ps_WG03_Lic Ps_WG06_Lic Ps_WG08_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UW05_Lic Ps_UK01_Lic Ps_KO05_Lic	Wprowadzenie. Czym jest osobowość? Naukowe i pozanaukowe koncepcje osobowości, ulokowanie psychologii osobowości w wśród innych dyscyplin psychologii. Kryteria teorii osobowości. Metody badania osobowości. Stan, charakterystyczna adaptacja, cecha. Nurty teoretyczne w psychologii osobowości. W stronę cechowych modeli osobowości: Allport, Cattell i Eysenck. Model Wielkiej Piątki: Kiedyś i dziś. Model Patologicznej Wielkiej Piątki oraz problem diagnozy zaburzeń osobowości: podejście dymensionalne vs. Kategoriale. Model HEXACO. Model wartości Schwartza. Modele cech niższego rzędu: Podwymiary i aspekty. Modele cech wyższego rzędu oraz ich rola w cybernetycznym systemie osobowości. Kołowy Model Metacech Osobowości. Mroczne aspekty osobowości.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Psychologia społeczna <i>Social Psychology</i>	ECTS: 5
Ps_WG03_Lic Ps_WG07_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UK01_Lic Ps_KK02_Lic Ps_KK03_Lic Ps_KO01_Lic Ps_KO05_Lic Ps_KR01_Lic	WPROWADZENIE. Przedmiot badań psychologii społecznej. Psychologia społeczna a inne dyscypliny nauki, w tym socjologia, jak i inne subdyscypliny psychologii. Historia rozwoju badań. Kontekst indywidualny i społeczny w wyjaśnianiu zachowań społecznych. METODY BADAŃ PSYCHOLOGII SPOŁECZNEJ: eksperymentalne i nieeksperymentalne. Etyka badań. Wprowadzenie do projektu kampanii i innowacji społecznej. PROCESY GRUPOWE. Pojęcie grupy. Rodzaje grup i ich powstawanie. Korzyści płynące z przynależności do grupy. Role społeczne. Skuteczność działań grupowych i jej uwarunkowania. Efekt audytorium, Próżniactwo społeczne. Polaryzacja grupowa. Myślenie grupowe. Synergia. Facylitacja społeczna. WPŁYW SPOŁECZNY. Sposoby wywierania wpływu społecznego: dawanie przykładu, narzucanie swojej woli, przekonywanie. Skuteczność wpływu: rola prestiżu, mocy społecznej, władzy, autorytetu, atrakcyjności i wiarygodności. Zjawisko makiawelizmu. Manipulacje społeczne, m. in. w ujęciu Cialdiniego. Zjawisko ingracji, czyli manipulacyjne zwiększania własnej atrakcyjności. POSTAWY SPOŁECZNE. Pojęcie postawy społecznej. Cechy postawy. Natura i wychowanie jako źródło postaw. Wpływ postaw na przetwarzanie informacji i zachowanie. Zmiana postaw. Metody badania postaw. POTRZEBA UZASADNIANIA WŁASNYCH ZACHOWAŃ. Dysonans poznawczy, rodzaje i uwarunkowania. Teoria reakcji J. Brehma. Teoria podtrzymywania obrazu siebie. Poczucie tożsamości. Atrybucje. ZJAWISKO KONFORMIZMU. Eksperyment Ascha. Rodzaje zachowań konformistycznych. Czynniki wpływające na wielkość ludzkiego konformizmu. Motywy ludzkiego konformizmu. Konformizm normatywny, bezrefleksyjny, informacyjny. Negatywne konsekwencje konformizmu. Znieczulica społeczna. Myślenie grupowe. Ślepe posłuszeństwo (eksperyment Milgrama). POZNANIE SPOŁECZNE. Wnioskowanie społeczne. Heurystyki. Kategoryzacja społeczna. Podstawowe zjawiska i mechanizmy zniekształcające percepcję społeczną. Uprzedzenia społeczne, przeciwdziałanie i	

	redukcja. Tolerancja i jej granice. Badania terenowe Sherifa. Eksperyment J. Elliot. AGRESJA. Radzenie sobie z agresją Rodzaje. Determinanty. ZACHOWANIA PROSPOŁECZNE. Ich geneza. Determinanty. AFILIACJA. ATRAKCYJNOŚĆ INTERPERSONALNA. Teorie bycia lubianym. Wyznaczniki atrakcyjności związane z obiektem i z obserwatorem. Rola atrakcyjności fizycznej. Przyjaźń i miłość. Autoprezentacja	
Kierunkowe efekty uczenia się	Psychologia rozwoju człowieka <i>Developmental Psychology</i>	ECTS: 4
Ps_WG03_Lic Ps_WG06_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UK01_Lic Ps_KK02_Lic Ps_KO05_Lic	Zagrożenia i wyzwania współczesności w aspekcie rozwoju człowieka Omówienie źródeł literaturowych Znaczenia pojęcia „rozwój” Klasyczne i współczesne rozumienie psychologii rozwoju Natura zmian rozwojowych i mechanizmów ich powstawania. Uniwersalność i normatywność a wyjątkowość i indywidualność zmian w psychice człowieka. Rozwój jako proces zmian wielowymiarowych i wielokierunkowych Periodezacja rozwoju psychicznego w ciągu życia ludzkiego, problem stadialności rozwoju, tempo i rytm rozwoju, wybrane periodezacje. Modele przebiegu zmian rozwojowych, makroskopowe, mikroskopowe. Okres prenatalny oraz perinatalny: początki życia psychicznego człowieka, cykl płciowy człowieka, embrionalny i płodowy okres życia, komunikacja prenatalna, zagrożenia w rozwoju dziecka. Poród, wyzwania, zagrożenia. Teoria przywiązania – jej reperkusje dla rozumienia życia emocjonalnego, społecznego, w dzieciństwie i dorosłości. Teoria rozwoju poznawczego człowieka J. Piageta w świetle współczesnej teorii umysłu i neuropsychologii. Okres wczesnego dzieciństwa: charakterystyka rozwoju fizycznego, motorycznego. rozwój poznawczy oraz kompetencji komunikacyjnych, rozwój emocjonalny, społeczny, początki rozwoju moralnego (analiza w kontekście teorii umysłu, teorii przywiązania, neuropsychologii). Okres średniego dzieciństwa (wiek przedszkolny): rozwój somatyczny i ruchowy. rozwój procesów poznawczych, rozwój emocjonalny i społeczno-moralny, formy i znaczenie aktywności zabawowej, dojrzałość szkolna dziecka. Okres dorastania: zadania rozwojowe, rozwój procesów poznawczych (myślenie formalno-logiczne), tendencje autonomiczne, idealizm młodzieńczy, zagadnienie rozwoju seksualnego młodzieży. Okres młodości: zadania rozwojowe, zmiany w systemie poznawczym, konsolidacja tożsamości, systemu wartości, rozwój społeczno-moralny, planowanie przyszłości (praca, rodzina, cele życiowe, oczekiwania wobec potencjalnego partnera życiowego). Edukacja a aktywność zawodowa. Wczesna dorosłość: Zmiany w systemie poznawczym, Nowe zadania rozwojowe: rodzina, praca, grupy społeczne, odpowiedzialność obywatelska, rozwój tożsamości, rozwój zawodowy. Średnia dorosłość: zmiany w myśleniu, wiedza ekspercka, nabywanie mądrości życiowej, zadania rozwojowe tego okresu, znaczenie transmisji międzypokoleniowej, role rodzinne, role zawodowe. Późna dorosłość: cechy myślenia, mądrość życiowa, konfrontacja z trudnymi wydarzeniami życiowymi (choroba, „puste gniazdo”, emerytura,) nowe wyzwania i zadania rozwojowe, znaczenie relacji społecznych, aktywności prozdrowotnych.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Metodologia badań psychologicznych <i>Methodology of Psychological Research</i>	ECTS: 3
Ps_WG02_Lic Ps_WG03_Lic Ps_WG04_Lic PS_WG13_Lic PS_WG14_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UW04_Lic Ps_UW06_Lic Ps_UK01_Lic Ps_KK01_Lic Ps_KK02_Lic Ps_KO01_Lic Ps_KR02_Lic	Definicja metodologii. Metodologia normatywna i metodologia deskryptywna (opisowa). Dwa znaczenia terminu „nauka”. Język i terminologia metodologii badań psychologicznych. Wiedza ludzka. Mocna zasada racjonalności i słaba zasada racjonalności. Klasyfikacja badań empirycznych w psychologii. Model indukcyjny, model dedukcyjno-hipotetyczny i model falsyfikacyjny sprawdzania twierdzeń naukowych. Czynniki teoretyczne jako pojęcie o charakterze ontologicznym. Zmienna jako pojęcie o charakterze epistemologicznym. Zmienna niezależna i zmienna zależna. Operacjonalizacja zmiennych. Definicja operacyjna i hipoteza operacyjna. Model korelacyjny i model eksperymentalny w badaniach empirycznych w psychologii. Zasada randomizacji. Pomiar w psychologii. Pomiar w sensie logicznym (modelowym) i pomiar w sensie psychometrycznym. Homomorfizm i izomorfizm. Skala pomiarowa. Typologia skal pomiarowych. Kryteria sensowności zdań o charakterze liczbowym. Eksperyment psychologiczny jako rodzaj interakcji społecznej. Zmienne sugerujące hipotezę badawczą. Problem etyczności badań empirycznych w psychologii. Nauka i pseudonauka. Psychologia między paradygmatem nauk przyrodniczych i fenomenologii.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Emocje i motywacja <i>Emotions & motivation</i>	ECTS: 5
Ps_WG03_Lic Ps_WG06_Lic Ps_WG08_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UW05_Lic	Różne podejścia do zrozumienia emocji. Funkcje emocji. Mechanizmy mózgowe a emocje. Emocje i myślenie. Komunikowanie emocji. Zmiany cielesne i emocje. Rozwój emocji w dzieciństwie. Emocje w relacjach społecznych. Emocje w ujęciu międzykulturowym. Inteligencja emocjonalna. Motywacja. Autoanaliza – znaczenie samoświadomości w osiągnięciu dobrostanu i satysfakcji w życiu (także zawodowym) i zapobieganiu wypaleniu zawodowemu. Zastosowanie wiedzy o emocjach i motywacji w udzielaniu pomocy w kryzysie psychologicznym. Podstawy	

	psychologii emocji: operacjonalizacja, teorie emocji, emocje w kryzysie, fazy rozwoju emocji. Emocje i motywacja u dzieci: rozwój emocji, zaburzenia emocjonalne w perspektywie rozwojowej, emocje a przemoc wobec dzieci. Emocje osób dorosłych (e-learning): stres i radzenie sobie, inteligencja emocjonalna, zaburzenia neurorozwojowe, neuropsychologiczne i behawioralne a emocje. Psychologia motywacji: motywacja w kontekstach indywidualnych, zawodowych, interpersonalnych i społecznych, pomiar motywacji.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Psychologia różnic indywidualnych <i>Psychology of Individual Differences</i>	ECTS: 4
Ps_WG03_Lic Ps_WG06_Lic Ps_WG08_Lic PS_WG13_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UW05_Lic Ps_UK01_Lic Ps_KK02_Lic Ps_KO05_Lic	Zależność „geny – środowisko” w kontekście psychologii różnic indywidualnych. Klasyczne i nowoczesne teorie temperamentu. Regulacyjna Teoria Temperamentu Jana Strelaua. Funkcjonalne znaczenie temperamentu. Klasyczne i współczesne teorie osobowości. Funkcjonalne znaczenie pięciu superczynników osobowości. Zaburzenia osobowości. Teorie inteligencji. Inteligencja emocjonalna. Style poznawcze. Metodologia badań nad psychologią różnic indywidualnych.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Neuropsychologia <i>Neuropsychology</i>	ECTS: 4
Ps_WG03_Lic Ps_WG05_Lic Ps_WG10_Lic Ps_WG11_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UK01_Lic Ps_KK02_Lic Ps_KO02_Lic	Rzecz i historia neuropsychologii. Organizacja układu nerwowego: komórki nerwowe i synapsy (neurofizjologia). Organizacja układu nerwowego: anatomia mózgowia (neuroanatomia). Wpływ leków i substancji neuroaktywnych na mózg i zachowanie (neuropsychofarmakologia). Metody badania mózgu: rejestracja aktywności pojedynczych neuronów, metody elektroencefalograficzne (EEG/ERP/MEG), interfejsy mózg-komputer (BCI), metody neurostimulacyjne (TMS/tDCS), metody neuroobrazowania (PET/fMRI/fNIRS). Mózgowa organizacja funkcji psychicznych: asymetrie anatomiczne i funkcjonalne, różnice indywidualne i międzypłciowe. Mózgowa lokalizacja funkcji psychicznych: płaty potyliczne i ciemieniowe. Mózgowa lokalizacja funkcji psychicznych: płaty skroniowe i czołowe. Wyższe funkcje poznawcze: uczenie się i pamięć. Wyższe funkcje poznawcze: uwaga i świadomość. Wyższe funkcje poznawcze: język i lateralizacja. Emocje i psychopatologia: schizofrenia, zaburzenia nastroju, zaburzenia dwubiegunowe, zaburzenia lękowe. Neuropsychologia rozwojowa: ewolucja i rozwój układu nerwowego, zaburzenia neurorozwojowe. Plastyczność mózgu i metody rehabilitacji neuropsychologicznej. Zaburzenia i deficyty neuropsychologiczne, ocena neuropsychologiczna, wywiad neuropsychologiczny.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Psychopatologia I i II <i>Psychopathology</i>	ECTS: 8
Ps_WG03_Lic Ps_WG05_Lic Ps_WG09_Lic Ps_WG11_Lic PS_WG13_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UW04_Lic Ps_UK01_Lic Ps_UK02_Lic Ps_KK02_Lic Ps_KO01_Lic Ps_KO02_Lic Ps_KO04_Lic Ps_KR01_Lic Ps_KR02_Lic	Historia psychopatologii. Norma psychologiczna i psychopatologia. Systemy diagnostyczne i klasyfikacyjne ICD i DSM. Diagnoza nozologiczna. Narzędzia pomiaru objawów. Zaburzenia afektywne i zachowania samobójcze. Zaburzenia lękowe i zaburzenia obsesyjno-kompulsywne. Zaburzenia związane ze stresem traumatycznym. Uzależnienia od substancji psychoaktywnych i uzależnienia behawioralne. Zaburzenia czynnościowych objawów neurologicznych, zaburzenia dysocjacyjne. Zaburzenia psychotyczne. Zaburzenia odżywiania się. Zaburzenia snu. Zaburzenia osobowości. Zaburzenia na tle seksualnym. Współczesne wyzwania psychopatologii. Fakty i mity o zdrowiu psychicznym. Specyfika diagnozy nozologicznej. Historia i założenia. Diagnoza nozologiczna. Symptomy i syndromy. Narzędzia i metody wykorzystywane w diagnozie nozologicznej. Wyzwania diagnozy nozologicznej.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Etyka zawodu psychologa <i>Ethics of Psychological Profession</i>	ECTS: 2
PS_WG13_Lic Ps_WK01_Lic	Czym jest etyka zawodowa? Rola zaufania i motywacji profesjonalisty a etyka zawodu psychologa. Godność zawodu psychologa i jej rola. Naczelne dobro, któremu służy zawód	

Ps_WK04_Lic Ps_WK05_Lic Ps_UW01_Lic Ps_UK01_Lic Ps_KK04_Lic Ps_KO01_Lic Ps_KO02_Lic Ps_KR01_Lic Ps_KR02_Lic	psychologa. Podstawowe zasady i wartości w zawodzie psychologa. Dylematy, konflikt ról i konflikt interesów. Prawne ukształtowanie zasad etyki zawodowej psychologa. Rola kodeksów etyki zawodowej psychologa. Szczególne wyzwania etyczne dla psychologów w różnych miejscach pracy. Etyka badań naukowych w psychologii. Etyczne standardy diagnozowania w psychologii. Standardy etyczne reklamowania usług psychologicznych i wystąpień medialnych psychologów.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Diagnoza psychologiczna <i>Psychological Diagnosis</i>	ECTS: 5
Ps_WG03_Lic Ps_WG08_Lic Ps_WG09_Lic Ps_WG11_Lic PS_WG13_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UW04_Lic Ps_UW05_Lic Ps_UK01_Lic Ps_KK02_Lic Ps_KK04_Lic Ps_KO01_Lic	Teoretyczne podstawy diagnozy psychologicznej – diagnoza psychologiczna, modele wnioskowania diagnostycznego i rodzaje diagnozy psychologicznej. Psychologiczny i społeczny kontekst badania psychologicznego oraz etapy badania psychologicznego. Diagnozowanie jako postępowanie badawcze – standardy postępowania diagnostycznego. Planowanie procesu diagnostycznego w celu sformułowania kompletnej, trafnej i rzetelnej diagnozy. Umiejętności praktyczne i interpersonalne kompetencje w diagnozowaniu - profesjonalne oraz interpersonalne kompetencje w diagnozowaniu. Techniki nawiązywania kontaktu diagnostycznego. Podstawowe metody diagnozy psychologicznej w zakresie pomiaru testowego, obserwacji, wywiadu, swobodnych technik diagnostycznych i technik projekcyjnych. Wywiad i rozmowa psychologiczna w praktyce diagnostycznej psychologa – rodzaje wywiadów. Metody kwestionariuszowe i ich własności psychometryczne. Metody i techniki diagnostyczne w obszarze diagnozy procesów poznawczych i osobowości Metody i techniki diagnostyczne w obszarze diagnozy procesów emocjonalno-motywacyjnych. Diagnozowanie i opiniowanie psychologiczne w różnych obszarach praktyki. Konceptualizacja przypadku i postępowanie diagnostyczne w oparciu o studium przypadku. Etyczne aspekty badań psychologicznych i diagnostyki psychologicznej - etyczna postawa psychologa w praktyce diagnostycznej, standardy etyczne związane z diagnozą psychologiczną, prawa osób badanych.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Podstawy pomocy psychologicznej <i>Foundations of Psychological Counseling</i>	ECTS: 2
Ps_WG03_Lic Ps_WG09_Lic Ps_WG11_Lic Ps_WK04_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UW05_Lic Ps_KK02_Lic Ps_KK04_Lic Ps_KO02_Lic Ps_KR01_Lic Ps_KR02_Lic	Wprowadzenie do przedmiotu – ABC pomocy psychologicznej: oczekiwania zgłaszających się po pomoc i umiejętność słuchania. Pomoc psychologiczna – zróżnicowane formy pomocy oraz motywacje osób zgłaszających się po pomoc. Podstawowe techniki nawiązywania i podtrzymywania kontaktu. Komunikacja emocjonalna w procesie psychoterapii - wybrane techniki. Model relacji terapeuty – osoba poszukująca pomocy: Fazy pomagania, kontakt terapeutyczny, kontrakt i dalsze techniki komunikacji w terapii. Rozpoznawanie gotowości klienta do pracy nad rozwiązywaniem własnych problemów i przepracowywanie potencjalnych źródeł oporu. Techniki relaksacyjne w treningu antystresowym. Grupowe formy pomocy psychologicznej – grupa terapeutyczna a grupa wsparcia. Czynniki leczące w procesie grupowej pomocy. Praca nad samooceną – jak podnieść poczucie własnej wartości? Etyczne aspekty udzielania pomocy psychologicznej i dylematy etyczne w praktyce udzielania pomocy psychologicznej.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Koncepcje psychoterapii – nurty, szkoły i metody <i>Concepts of Psychotherapy - Trends, Schools & Methods</i>	ECTS: 3
Ps_WG03_Lic Ps_WG11_Lic Ps_WG12_Lic PS_WG13_Lic Ps_WK01_Lic Ps_WK04_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UO01_Lic Ps_UU01_Lic Ps_KK03_Lic Ps_KO04_Lic Ps_KR01_Lic	Definicja i zakres psychoterapii. Psychoterapia a inne relacje pomagania. Obszary zastosowania psychoterapii. Zakres odpowiedzialności i możliwości psychoterapeuty. Psychoterapia w kontekście prawa i społeczeństwa. Historia psychoterapii i badań nad psychoterapią. Okres przednaukowy, rozwój relacji pomagania w XVIII w., rozwój psychoanalizy, pierwsze badania nad psychoterapią. Konteksty i proces psychoterapii indywidualnej. Instytucje i placówki, klienci i zgłaszane problemy, formy pracy. Psychoterapia psychodynamiczna I. Historia i założenia. Psychoterapia psychodynamiczna II. Teorie i techniki. Współczesny status. Psychoterapia humanistyczno-egzystencjalna. Psychoterapia poznawczo-behawioralna I. Historia i założenia. Psychoterapia poznawczo-behawioralna II. Teorie i techniki. Mechanizmy działania. Psychoterapia poznawczo-behawioralna III – protokoły terapii. Psychoterapia integratywna. Miejsce wśród kanonu szkół psychoterapii. Psychoterapia grupowa. Historia, rodzaje. Psychoterapia dzieci i młodzieży. Cechy charakterystyczne. Pseudonauka w psychoterapii – wstępne rozważania. Psychoterapia online – wstępne rozważania, współczesny status.	

Kierunkowe efekty uczenia się	Metodyka przygotowania projektu <i>Project Management Methodology</i>	ECTS: 3
Ps_WG02_Lic Ps_WK01_Lic Ps_WK03_Lic Ps_WK05_Lic Ps_UW06_Lic Ps_UO01_Lic Ps_UU01_Lic Ps_KK04_Lic Ps_KO03_Lic	<p>Przedstawienie założeń projektowych dla przygotowywanego przedsięwzięcia, stawianych wymagań oraz rodzaju i zakresu projektu. Wskazanie na wymagania dotyczące tego kto powinien być beneficjentem. Omówienie i scharakteryzowanie etapów podejścia LFA. Ewaluacja pomysłu projektowego, środowiska projektowego w zakresach geograficznym, administracyjnym, społecznym i/lub gospodarczym. Ewaluacja właściwości podmiotu/środowiska w ramach którego realizowany będzie projekt. Identyfikacja problemów – drzewo problemów. 1. charakterystyka istniejącej problemowej sytuacji będąca uzasadnieniem konieczności przeprowadzenia działań naprawczych, 2. Określenie podstawowych problemów, z którymi borykają się potencjalne grupy docelowe projektu, 3. Badanie zależności przyczynowo – skutkowych (zakończone zbudowaniem drzewa problemów). Identyfikacja celów. 1. charakterystyka pożądanej sytuacji w przyszłości, 2. określenie możliwych do zrealizowania koncepcji przedsięwzięć, 3. Zmiany czynników negatywnych (występujących w postaci problemów) na pozytywne (możliwe do zrealizowania cele sekwencji działań. Wybór strategii interwencji projektu. 1. Identyfikacja i scharakteryzowanie możliwych wariantów osiągnięcia celów określonych za pomocą drzewa celów, 2. Ocena dostępnych sposobów osiągnięcia założonych celów, 3. Podjęcie decyzji o wyborze jednej lub kilku strategii oraz sporządzenie jej uzasadnienia użytecznego dla rozpoczęcia fazy planowania zgodnie z podejściem LFA (matrycy logicznej) Faza planowania –wypełnianie matrycy logicznej. 1. precyzowanie struktury projektu, 2. analiza logiki projektu i występujących zagrożeń przy jego realizacji, 3. przybliżona analiza zasobów i kosztów, 4. Formułowanie mierzalnych wskaźników rezultatów Faza planowania – tworzenie harmonogramu projektu, w tym zaprojektowanie sekwencji: zadań, czasu ich trwania oraz zależności między nimi Faza planowania - tworzenie planu wykorzystania zasobów – określenie niezbędnych zasobów oraz budżetu na podstawie wcześniej zaprojektowanego harmonogramu projektu. Wypełnianie formularza projektowego.</p>	
Kierunkowe efekty uczenia się	Projekt społeczny <i>Social Project</i>	ECTS: 7
Ps_WG02_Lic Ps_WK01_Lic Ps_WK03_Lic Ps_WK05_Lic Ps_UO01_Lic Ps_UU01_Lic Ps_KK04_Lic Ps_KO03_Lic Ps_KO04_Lic	<p>Analiza zaplanowanych do realizacji treści projektu społecznego pod kątem ich możliwości realizacyjnych. Diagnozowanie problemów pojawiających się podczas realizacji projektu oraz poszukiwanie rozwiązań pozwalających na jego prawidłową realizację. Przygotowanie i analiza części składowych raportu z realizacji projektu. Przygotowanie i analiza prezentacji z realizacji projektu.</p>	
3. KSZTAŁCENIE SPECJALNOŚCIOWE		
3.1. Specjalność: Neuromarketing		
Kierunkowe efekty uczenia się	Wprowadzenie do neuromarketingu <i>Introduction to Neuromarketing</i>	ECTS: 5
Ps_WG01_Lic Ps_WG02_Lic Ps_WG03_Lic Ps_WG08_Lic Ps_WG12_Lic Ps_WK04_Lic Ps_UW01_Lic Ps_UW05_Lic Ps_KK02_Lic Ps_KK03_Lic	<p>Podstawy wiedzy z zakresu neuronatomii i funkcjonowania ośrodkowego układu nerwowego. Procesy poznawcze i ich wpływ na odbiór otaczającego świata. Wybrane heurystyki i błędy poznawcze. Mózg społeczny i społeczne reguły wywierania wpływu. Psychologia motywacji i emocji w kontekście decyzji zakupowych. Mierniki i wskaźniki neuromarketingu. Wykorzystanie wiedzy psychologicznej i neuropsychologicznej w reklamie. Praktyczne aspekty neuromarketingu – przykłady i studia przypadków.</p>	
Kierunkowe efekty uczenia się	Podstawy marketingu <i>Basics of Marketing</i>	ECTS: 5
Ps_WG01_Lic Ps_WG03_Lic Ps_WG07_Lic Ps_WK05_Lic	<p>Marketing jako koncepcja działania na konkurencyjnym rynku. Rynek i otoczenie rynkowe przedsiębiorstwa a marketing. Postępowanie konsumentów na rynku. Badania marketingowe w systemie informacji marketingowej w przedsiębiorstwie. Zarządzanie produktem. Strategie cen i dystrybucji. Promocja jako narzędzie komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem. Zarządzanie i</p>	

Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_KO01_Lic Ps_KR01_Lic	planowanie marketingowe w przedsiębiorstwie. Metodologia badań i analiz rynku – wykorzystanie badań marketingowych. System informacji marketingowej i organizacja badań, etyka badań i rynek badań.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Podstawy reklamy <i>Basics of Advertising</i>	ECTS: 4
Ps_WG01_Lic Ps_WG03_Lic Ps_WG07_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_KO01_Lic Ps_KR01_Lic	MIEJSCE REKLAMY W STRATEGII PROMOCYJNEJ PRZEDSIĘBIORSTWA. Pojęcie, poziomy i rodzaje komunikowania się. Modele komunikacji. System komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa z rynkiem. Komunikacja a promocja. Uwarunkowania i funkcje działalności promocyjnej. POZAREKLAMOWE FORMY PROMOCJI. Public relations - istota, funkcje, odbiorcy i narzędzia. Sponsoring - znaczenie, klasyfikacje, zasady wykorzystania, trendy. Product placement jako specyficzna forma sponsoringu. STRATEGIA REKLAMY. Pojęcie, cele i funkcje działalności reklamowej. Efekty ekonomiczne, behawioralne, komunikacyjne i medialne. Podstawowe klasyfikacje reklamy. Media, środki i nośniki reklamy – pojęcia i klasyfikacje. Programowanie działań reklamowych. Określenie celów reklamy. STRATEGIA MEDIALNA I STRATEGIA KREATYWNA. Strategia medialna. Wybór mediów i środków reklamy - proces i kryteria. Media plan. Intensywność kampanii reklamowej - ciągłość, pulsacja, okresowość, koncentracja. Strategia kreatywna. Cechy i metody tworzenia przekazu reklamowego. REKLAMA W MEDIACH TRANSMISYJNYCH. Charakterystyka telewizji jako medium reklamowego. Formy reklamy telewizyjnej. Zasady emisji reklam w telewizji. Budowa przekazu reklamowego w telewizji. Charakterystyka kina jako medium reklamowego. Charakterystyka form reklamy radiowej i możliwości ich wykorzystania. REKLAMA W MEDIACH DRUKOWANYCH. Prasa codzienna i czasopisma jako medium reklamowe - zalety i wady. Badania prasoznawcze. Formy reklamy prasowej. Zasady projektowania reklamy prasowej. Planowanie kampanii prasowej. Reklama zewnętrzna - charakterystyka i zasady planowania. REKLAMA INTERNETOWA I POZOSTAŁE FORMY REKLAMY. Internet a rozwój społeczeństwa informacyjnego. Cechy i funkcje internetu jako medium komunikacyjnego. Zalety i wady internetu z perspektywy reklamy. Rynek reklamy internetowej. Formy reklamy internetowej typu push, pull i pozostałe. Marketing w mediach społecznościowych. METODY OCENY SKUTECZNOŚCI I EFEKTYWNOŚCI REKLAMY. ORGANIZACJA DZIAŁALNOŚCI REKLAMOWEJ. Badania reklamy. Efekty komunikacyjne a efekty sprzedażowe. Skuteczność reklamy - pojęcie, metody oceny i mierniki. Efektywność reklamy - pojęcie, metody oceny i mierniki. Struktura podmiotowa rynku reklamowego. Usługi reklamowe i ich jakość. Struktura i funkcjonowanie agencji reklamowych i domów mediowych.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Badania marketingowe <i>Marketing Research</i>	ECTS: 4
Ps_WG04_Lic Ps_WG10_Lic Ps_WG12_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW04_Lic Ps_UK01_Lic Ps_UO01_Lic Ps_KK02_Lic Ps_KO01_Lic	ISTOTA I ZNACZENIE BADAŃ MARKETINGOWYCH. Miejsce badań marketingowych w zarządzaniu marketingowym. Geneza i rozwój badań. Dane, informacje i wiedza a procesy decyzyjne przedsiębiorstwa. Pojęcie, cechy i cele badań marketingowych. PROCES BADAWCZY - PROJEKTOWANIE BADANIA I DOBÓR PRÓBY DO BADAŃ. Struktura procesu badawczego. Etapy projektowania badania. Problem decyzyjny a problem badawczy. Hipotezy badawcze. Kosztorys i harmonogram badania. Dobór próby do badań. Badania wyczerpujące a badania na próbce. Liczebność próby. Błąd statystyczny i poziom ufności. Losowe i nielosowe metody doboru próby. PROCES BADAWCZY - POMIAR, SKALOWANIE I BUDOWA KWESTIONARIUSZA. Przedmiot i cechy pomiaru. Proces skalowania. Skale pomiarowe: nominalna, porządkowa, przedziałowa, ilorazowa. Skale do pomiaru postaw. Zasady skalowania. Instrumenty pomiarowe. Proces i zasady budowy kwestionariusza. Rodzaje pytań kwestionariuszowych. Wiarygodność pomiaru. PROCES BADAWCZY - METODY GROMADZENIA DANYCH WTORNE I SONDAŻOWE. Klasyfikacja metod gromadzenia danych. Metody oparte na źródłach wtórnych. Badania desk research. Metody sondażowe. Metody ankietowe. Klasyfikacja wywiadów. Paradygmat ilościowy i jakościowy w badaniach marketingowych. Techniki projekcyjne. PROCES BADAWCZY - POZOSTAŁE METODY GROMADZENIA DANYCH. Metody obserwacyjne. Obserwacje jawne, ukryte, kontrolowane, niekontrolowane, standaryzowane i niestandaryzowane. Mistery shopping. Badania etnograficzne. Badania eksperymentalne. Eksperymenty naturalne i laboratoryjne. Eksperymenty o różnej liczbie zmiennych. Pomiaru fizjologiczne. Neurobadania. Metody panelowe. Badania syndykatowe. PROCES BADAWCZY - REDUKCJA I ANALIZA DANYCH. Proces redukcji danych. Kontrola pomiaru. Redakcja danych. Kodowanie pytań otwartych. Bazy danych. Raport z badań - struktura i zasady tworzenia. Analiza statystyczna w badaniach marketingowych. Opis statystyczny: wskaźniki struktury, miary tendencji centralnej, miary dyspersji, miary asymetrii. Miary korelacji i regresji. Wnioskowanie statystyczne: estymacja parametrów i weryfikacja hipotez. METODOLOGIA BADAŃ I ANALIZ RYNKU - WYKORZYSTANIE BADAŃ MARKETINGOWYCH. Określanie pozycji rynkowej i kierunków rozwoju przedsiębiorstwa.	

	Analiza udziału w rynku. Prognozowanie zjawisk rynkowych: metody jakościowe, ekstrapolacyjne i przyczynowo-skutkowe. SYSTEM INFORMACJI MARKETINGOWEJ I ORGANIZACJA BADAŃ, ETYKA BADAŃ I RYNEK BADAŃ. Etyka w badaniach marketingowych. Trendy rozwojowe badań marketingowych na świecie i w Polsce. Podaż usług badawczych. Współpraca z agencjami badawczymi - kryteria wyboru i oceny jakości pracy. Prawne aspekty badań marketingowych - ustawa o ochronie danych osobowych i RODO.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Badania neuromarketingowe – techniki eyetracker <i>Neuromarketing Research – Eye-tracking Techniques</i>	ECTS: 4
Ps_WG03_Lic Ps_WG04_Lic Ps_WG05_Lic Ps_WG10_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UW04_Lic Ps_UW05_Lic Ps_UO01_Lic Ps_KK02_Lic Ps_KO01_Lic	Historia eye-trackingu. Zastosowanie eye-trackingu w różnych dziedzinach: user experience, psychologia zakupów, tworzenie reklam, badanie zachowań społecznych: zachowania podczas randek, tworzenie komunikatów społecznych, kierowanie samochodem, zastosowania kliniczne: diagnoza zaburzeń psychicznych, diagnoz zaburzeń neurodegeneracyjnych, badania czytania i procesu uczenia się, pomoc osobom niepełnosprawnym. Ślepotą banerowa. Eye-tracking w zaburzeniach dysleksji, autyzmu, ADHD, niepełnosprawności. Badania eye-tracking z udziałem niemowląt. Zastosowanie eye-trackingu w turystyce, smart home, smart watch. Uczenie się od talentów: co widzi pianista, co widzi artysta, co widzi piłkarz, co widzi Cristiano Ronaldo, trenowanie gdy w tenisa. Zjawisko quiet eye. Ćwiczenia praktyczne: przeprowadzenie badania okulograficznego w laboratorium. Utrudnienia w przeprowadzeniu badania okulograficznego. W jaki sposób mierzymy ruchy oczu? Fiksacje, sakady, wielkość źrenic. Rodzaje zadań stosowanych w okulografii. Formy prezentacji wyniku badania okulograficznego. Jak zaprojektować badanie okulograficzne? Praktyka: dobór bodźców, projekt procedury, przeprowadzenie badania. Praktyka: studenci prezentują przegląd badań dotyczący wybranego przez nich tematu wg schematu prezentacji badania naukowego. Studenci przygotowują procedurę badawczą na okulografii. Praktyka: eksport i analiza wyników badania okulograficznego.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Badania neuromarketingowe – techniki EEG (I i II) <i>Neuromarketing Research – EEG Techniques</i>	ECTS: 9
Ps_WG03_Lic Ps_WG04_Lic Ps_WG05_Lic Ps_WG10_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UW04_Lic Ps_UW05_Lic Ps_UO01_Lic Ps_KK02_Lic Ps_KO01_Lic Ps_KR02_Lic	Wstęp teoretyczny do badań elektrofizjologicznych (omówienie podłoża teoretycznego metody, odkrywcę metody oraz głównych celów). Omówienie zasad pracy w laboratorium, sprzętu do badań (rodzaje używanych czepków, rodzaje elektrod i różnice pomiędzy nimi, rola wzmacniacza sygnału), oraz procedury przeprowadzania badania. Praktyczne przeprowadzanie rejestracji EEG w laboratorium. Omówienie strukturalne i funkcjonalne różnych obszarów mózgu oraz związanych z nimi aktywności. Omówienie potencjałów wywołanych związanych z poszczególnymi mechanizmami przetwarzania. Omówienie różnych metod analiz danych (analiza częstotliwościowa, analiza źródłowa, analiza potencjałów wywołanych). Omówienie kolejnych kroków analizy danych (od surowych danych do ostatecznych wyników). Interpretacja wyników elektrofizjologicznych. Badania EEG w psychologii – przegląd badań związanych z funkcjonowaniem poznawczym, przetwarzaniem wzrokowym itp. Badania neuromarketingowe – pomysły z zastosowaniem metody EEG. Inne metody psychofizjologiczne – omówienie techniki EMG, EOG, EKG, GSR. Zastosowanie technik w badaniach neuromarketingowych. Praktyczne przeprowadzanie badań psychofizjologicznych w laboratorium. Powtórzenie materiału – dyskusja na temat przyszłości neuromarketingu.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Psychologia ekonomiczna <i>Economic Psychology</i>	ECTS: 4
Ps_WG03_Lic Ps_WG07_Lic Ps_WG08_Lic Ps_WG12_Lic Ps_WK03_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UW05_Lic Ps_KO05_Lic Ps_KR01_Lic	Przedmiot psychologii ekonomicznej. Normatywne modele wyborów ekonomicznych. Teoria perspektywy jako opisowy model wyborów ekonomicznych. Pułapki podejmowania decyzji finansowych. Skłonności poznawcze decydentów. Pułapki podejmowania decyzji finansowych. Skłonności motywacyjne decydentów. Percepcja nadprogowa, peryferyczna i podprogowa a promocja. Społeczne i moralne aspekty zachowań ekonomicznych. Podatki: funkcje, wiedza i uwarunkowania (nie)płacenia podatków. Mechanizmy i motywy ubezpieczania się. Własność i posiadanie. Symboliczna wartość dóbr oraz konsumpcja ostentacyjna. Dobrobyt i jego korelaty w aspekcie mikro i makro.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Psychologia zachowań konsumenckich <i>Psychology of Consumer Behaviour</i>	ECTS: 3
Ps_WG01_Lic Ps_WG07_Lic Ps_WK03_Lic	Zasady przetwarzania informacji przez konsumentów. Znajomość i świadomość marki. Percepcja sensoryczna i zachowania konsumentów. Uczenie się i pamięć. Efekty kategoryzacji i wnioskowania w psychologii konsumenta. Afekt i emocje w kontekście decyzji konsumenckich.	

Ps_UW02_Lic Ps_UK02_Lic Ps_KK04_Lic	Motywacja, zachowania ukierunkowane na cel, postawy. Jawne i ukryte motywy i postawy. Rola wartości w kierowaniu konsumpcją. Czynniki osobowościowe a wybory konsumenckie. Meta-wiedza konsumenta, tożsamość i umiejętności podejmowania decyzji. Badanie konkretnych decyzji behawioralnych. Podejście uzasadnionego działania (reasoned action approach). Reakcje poznawcze i przetwarzanie informacji w zachowaniach konsumentów. Hedonomia, postrzeganie ceny, postrzeganie marki, postrzeganie ryzyka. Zasady wpływu społecznego w zachowaniach konsumenckich. Problematiczne zachowania konsumenckie: kompulsywne kupowanie, uzależnienia behawioralne. Zachowania konsumentów online: jak konsumenci wchodzić w interakcje z informacjami online, uwaga i przetwarzanie informacji online. Dane behawioralne online. Metody analizy recenzji online.	
3.2. Specjalność: Psychologia Stosowana		
Kierunkowe efekty uczenia się	Psychologia kliniczna i seksuologia – wprowadzenie <i>Clinical Psychology and Sexuology - an Introduction</i>	ECTS: 4
Ps_WG03_Lic Ps_WG09_Lic Ps_WG11_Lic Ps_WK02_Lic Ps_UW04_Lic Ps_UW05_Lic Ps_UK02_Lic Ps_UO01_Lic Ps_KK01_Lic Ps_KO01_Lic	Definicja psychologii klinicznej i jej rola w dziedzinie psychologii. Historia rozwoju psychologii klinicznej jako dziedziny naukowej. Zadania i funkcje psychologa klinicznego. Etyka i zasady działania w pracy psychologa klinicznego. Teorie i podejścia w psychologii klinicznej: Psychodynamiczne podejście do psychologii klinicznej. Behavioralne podejście w psychologii klinicznej. Kognitywne i poznawcze podejście do rozumienia psychopatologii. Podejście humanistyczne w psychologii klinicznej. Metody diagnozy psychologicznej, w tym wywiady i testy psychologiczne. Rozpoznawanie i klasyfikacja głównych zaburzeń psychicznych, takich jak depresja, lęk, schizofrenia, i zaburzenia osobowości. Czynniki ryzyka i ochrony w rozwoju zaburzeń psychicznych. Terapie psychologiczne i farmakologiczne. Definicja seksuologii i jej rola w dziedzinie psychologii. Rozwój seksualny w okresie dzieciństwa i dorastania. Seksualność w dorosłym życiu i zmiany związane z wiekiem. Rozumienie orientacji seksualnej i tożsamości płciowej. Diagnoza i klasyfikacja zaburzeń seksualnych. Przyczyny i leczenie zaburzeń seksualnych. Terapia seksuologiczna i terapeuci seksuologiczni. Wpływ kultury, religii i społeczeństwa na seksualność. 8.2. Kwestie związane z różnorodnością kulturową i etniczną w seksuologii. Techniki terapeutyczne i podejścia w leczeniu problemów seksualnych. Doradztwo seksuologiczne i komunikacja z pacjentami. Etyczne i praktyczne aspekty pracy seksuologa. Przykłady miejsc pracy i ścieżek kariery w dziedzinie psychologii klinicznej i seksuologii.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Wprowadzenie do psychologii pracy i HR <i>Introduction to Workplace Psychology and HR</i>	ECTS: 5
Ps_WG01_Lic Ps_WG07_Lic Ps_WG10_Lic Ps_WG12_Lic Ps_WK03_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UO01_Lic Ps_UU01_Lic Ps_KK03_Lic Ps_KO03_Lic	Definicja psychologii pracy i HR. Metody rekrutacji i techniki oceny kandydatów. Teorie motywacji w pracy. Czynniki wpływające na motywację pracowników. Szkolenia i rozwijanie kompetencji. Rola kultury w organizacji. Zarządzanie zmianą i adaptacja organizacji. Systemy oceny pracowniczej. Opiniowanie pracownika i feedback. Zrozumienie i promocja zdrowia psychicznego w kontekście pracy. Psychologia lidera i przywództwo. Etyka zawodowa i zrównoważony rozwój w HR. Digitalizacja HR i narzędzia technologiczne.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Psycholingwistyka <i>Psycholinguistics</i>	ECTS: 5
Ps_WG01_Lic Ps_WG04_Lic Ps_WG06_Lic Ps_WG10_Lic Ps_WK02_Lic Ps_UW04_Lic Ps_UO01_Lic Ps_KK01_Lic Ps_KR02_Lic	Wprowadzenie do psycholingwistyki: historia dziedziny i metody badań. Cechy języka homo sapiens a cechy systemów komunikacyjnych zwierząt. Psycholingwistyczne modele produkcji i percepcji mowy. Kluczowe paradygmaty badawcze w psycholingwistyce: zadania behawioralne, eyetracking, neuroobrazowanie. Badania psycholingwistyczne nad przetwarzanie gramatyki języka naturalnego. Architektura słownika umysłowego – kluczowe teorie psycholingwistyczne i najważniejsze badania. Przetwarzanie aspektów pragmatycznych języka: metafora i komunikacja niewerbalna. Teoria umysłu a przyswajanie i przetwarzanie języka. Teoria i badania nad dyskursem i kompetencją komunikacyjną. Przyswajanie języka pierwszego w dzieciństwie z perspektywy psycholingwistyki. Badania nad językami migowymi. Przyswajanie języka drugiego i kolejnego. Mózgowe podłoże mowy i języka: wstęp do neurolingwistyki. Wstęp do afazjologii i zaburzeń językowych. Analiza przypadków zaburzeń językowych.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Psychologia eksperymentalna <i>Experimental psychology</i>	ECTS: 5

Ps_WG04_Lic Ps_WK01_Lic Ps_WK02_Lic Ps_UW04_Lic Ps_UW06_Lic Ps_UU01_Lic Ps_KK01_Lic	Definicja i cele psychologii eksperymentalnej. Metody badawcze w psychologii eksperymentalnej. Planowanie badania eksperymentalnego. Wybór i manipulacja zmiennymi niezależnymi. Dobór odpowiednich miar i wskaźników. Zagadnienia dotyczące kontroli eksperymentalnej. Przykłady kluczowych badań eksperymentalnych w historii psychologii. Analiza współczesnych badań psychologii eksperymentalnej: badania nad percepcją, pamięcią, emocjami i zachowaniami społecznymi. Planowanie i realizacja badania replikacyjnego. Zastosowanie technologii w badaniach eksperymentalnych. Perspektywy zawodowe i dalszy rozwój w dziedzinie psychologii eksperymentalnej.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Psychologia ekonomiczna <i>Economic Psychology</i>	ECTS: 4
Ps_WG03_Lic Ps_WG07_Lic Ps_WG08_Lic Ps_WG12_Lic Ps_WK03_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UW05_Lic Ps_KO05_Lic Ps_KR01_Lic	Przedmiot psychologii ekonomicznej. Normatywne modele wyborów ekonomicznych. Teoria perspektywy jako opisowy model wyborów ekonomicznych. Pułapki podejmowania decyzji finansowych. Skłonności poznawcze decydentów. Pułapki podejmowania decyzji finansowych. Skłonności motywacyjne decydentów. Percepcja nadprogowa, peryferyczna i podprogowa a promocja. Społeczne i moralne aspekty zachowań ekonomicznych. Podatki: funkcje, wiedza i uwarunkowania (nie)placenia podatków. Mechanizmy i motywy ubezpieczania się. Własność i posiadanie. Symboliczna wartość dóbr oraz konsumpcja ostentacyjna. Dobrobyt i jego korelaty w aspekcie mikro i makro.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Psychologia śledcza i sądowa <i>Forensic and Legal Psychology</i>	ECTS: 4
Ps_WG02_Lic Ps_WG07_Lic Ps_WG08_Lic Ps_WG10_Lic Ps_WG12_Lic Ps_WK01_Lic Ps_UW05_Lic Ps_UO01_Lic Ps_KK04_Lic Ps_KO01_Lic	Definicja i historia psychologii sądowej i śledczej, Zastosowanie psychologii w systemie prawnym, Rola psychologa sądowego, Mechanizmy pamięci i zeznań świadków, Fałszywe wspomnienia i błędy identyfikacji, Techniki przesłuchań i wpływ sugestii, Profilowanie przestępcze, Psychologia morderców seryjnych, Psychologia przestępstw seksualnych, Psychologia terroryzmu, Zasady oceny zdolności do odpowiadania na zarzuty, Zaburzenia psychiczne i odpowiedzialność karna, Ocena ryzyka i predykcji zachowań przestępczych, Przesłuchania i techniki wywiadu, Wykrywanie kłamstwa i techniki analizy mowy, Techniki psychologiczne stosowane w przesłuchaniach, Etyczne dylematy w psychologii sądowej, Prawa oskarżonego a rola psychologa sądowego, Konflikty interesów i zarządzanie danymi, Przygotowanie raportów sądowych, Wprowadzenie do ekspertyz sądowych, Testy psychologiczne w praktyce sądowej, Praca z sądami i organami ścigania.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Psychologia sportu <i>Sport psychology</i>	ECTS: 4
Ps_WG02_Lic Ps_WG12_Lic Ps_UK01_Lic Ps_UO01_Lic Ps_KO04_Lic Ps_KR02_Lic	Wprowadzenie do psychologii sportu. Motywacja sportowców: Teorie motywacji w kontekście sportu, takie jak teoria autodeterminacji. Czynniki wpływające na motywację sportowców, w tym cele, nagrody i motywatory wewnętrzne. Samoocena i pewność siebie: Rola samooceny i pewności siebie w osiągnięciu sukcesów sportowych. Techniki budowania i podtrzymywania pozytywnej samooceny u sportowców. Stres i radzenie sobie ze stresem: Strategie radzenia sobie ze stresem przed zawodami i w trakcie rywalizacji. Koncentracja i uwaga w sporcie: Techniki poprawy koncentracji, takie jak trening mentalny. Psychologia zespołu sportowego: Skuteczna komunikacja i budowanie relacji w zespole. Przywództwo w sporcie: rola lidera. Psychologia kontuzji sportowych: Rozumienie psychologicznych skutków kontuzji sportowych. Rehabilitacja psychologiczna i powrót do rywalizacji. Kodeks etyki psychologa sportowego.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Psychologia kreatywności <i>Psychology of creativity</i>	ECTS: 4
Ps_WG02_Lic Ps_WG10_Lic Ps_WG12_Lic Ps_UW01_Lic Ps_UU01_Lic Ps_KO01_Lic Ps_KR02_Lic	Definicja kreatywności. Historia i rozwój badań nad kreatywnością. Etapy procesu kreatywnego: przygotowanie, inkubacja, iluminacja, weryfikacja. Związek między emocjami i motywacją a kreatywnością. Rodzaje blokad kreatywności. Strategie przełamywania blokad. Rola procesów poznawczych w procesie twórczym. Neurobiologia procesu twórczego. Metody pomiaru kreatywności w psychologii eksperymentalnej. Kreatywność jako narzędzie rozwoju osobistego.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Psychologia kulturowa <i>Cultural psychology</i>	ECTS: 3

Ps_WG02_Lic Ps_WG07_Lic Ps_WK02_Lic Ps_UW01_Lic Ps_WG12_Lic Ps_KO05_Lic Ps_KR01_Lic	Definicja i cele psychologii międzykulturowej. Definicja kultury i jej elementy. Kulturowe wzorce zachowań i przekonań. Wpływ kultury na postrzeganie świata i zachowania. Konflikty i napięcia wynikające z różnic wartości i norm. Różnice w stylach komunikacji. Bariery w komunikacji międzykulturowej. Umiejętności efektywnej komunikacji międzykulturowej. Kulturowa tożsamość i jej formowanie. Konflikty tożsamościowe. Wpływ tożsamości kulturowej na samoocenę. Percepcja i rozumienie emocji w różnych kulturach. Psychologia Międzykulturowa w Organizacjach. Psychologia Międzykulturowa w Edukacji. Metody badań międzykulturowych. Analiza i interpretacja wyników badań międzykulturowych. Przykłady badań nad kulturą i psychologią międzykulturową.
3.3. Specjalność: Psychologia w Marketingu i HR	
Kierunkowe efekty uczenia się	Dobór pracowników (rekrutacja, selekcja, adaptacja) <i>Staff Selection (Recruitment, Selection and Adaptation)</i> ECTS: 4
Ps_WG02_Lic Ps_WG08_Lic Ps_WG10_Lic Ps_WG12_Lic Ps_UW04_Lic Ps_UO01_Lic Ps_KO03_Lic Ps_KR02_Lic	Model kompetencyjny zarządzania zasobami ludzkimi. Planowanie potrzeb kadrowych organizacji – trzy języki. Kwalifikacje i kompetencje. Opis zadań w języku kwalifikacji. Współczesne źródła wprowadzania modeli kompetencyjnych do organizacji. Funkcje kompetencji jako podstawy planowania działań personalnych. Tworzenie zróżnicowanych profili kompetencyjnych w zależności od przeznaczenia. Pozyskiwanie pracowników dla organizacji. Dobór pracowników – cele, etapy i rodzaje. Rekrutacja tradycyjna i internetowa. Zastosowania marketingu w zarządzaniu zasobami ludzkimi. Kreowanie wizerunku pracodawcy z wyboru jako nowoczesne podejście do rekrutacji – cele, metody działania i narzędzia. Selekcja kandydatów. Selekcja – cele, strategie, narzędzia. Strategie selekcyjne. Preselekcja i selekcja właściwa – cele i narzędzia. Skuteczność prognozowania wielowymiarowego sukcesu w pracy przez różne narzędzia selekcyjne. Tradycyjne i nowoczesne (bazujące na technikach komputerowych) narzędzia selekcji. Szkolenia pracownicze. Trzy modele szkoleń pracowniczych. Analiza potrzeb szkoleniowych – jej rola i zróżnicowanie celów w zależności od modelu szkoleniowego. Metody aktywne prowadzenia szkoleń. E-learning i etapy jego rozwoju. Ocenianie efektów szkolenia – cele i zasady prowadzenia ocen. Model Kirkpatricka – cele jawne i ukryte, powszechność używania ocen różnych poziomów. Obliczanie ROI dla szkoleń metodą Philipsa. Coaching jako metoda szkolenia indywidualnego. Szkolenia grupowe i indywidualne. Coaching jako metoda szkolenia cyklicznego. Zasady i reguły coachingu. Profesjonalizacja zawodu coacha w Polsce i na świecie. Adaptacja pracowników dla organizacji. Adaptacja jako ostatni etap Coaching i mentoring jako metoda szkolenia indywidualnego. Szkolenia grupowe i indywidualne. Zasady, rodzaje i reguły mentoringu. Efekty mentoringu. Pozaszkoleniowe metody rozwoju kadr. Rola nieszkoleniowych metod rozwoju kompetencji. Planowanie sukcesji, kadra zapasowa, programy nakierowane na pracowników kluczowych – definicje, cele i sposoby realizacji praktyk kadrowych. Warianty i źródła zróżnicowania. Zarządzanie talentami jako moda i potrzeba. Źródła mody na zarządzanie talentami. Zarządzanie talentami a inne narzędzia.
Kierunkowe efekty uczenia się	Wprowadzenie do psychologii pracy i HR <i>Introduction to Workplace Psychology & HR</i> ECTS: 5
Ps_WG01_Lic Ps_WG07_Lic Ps_WG10_Lic Ps_WG12_Lic Ps_WK03_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UO01_Lic Ps_UU01_Lic Ps_KK03_Lic Ps_KO03_Lic	Definicja psychologii pracy i HR. Metody rekrutacji i techniki oceny kandydatów. Teorie motywacji w pracy. Czynniki wpływające na motywację pracowników. Szkolenia i rozwijanie kompetencji. Rola kultury w organizacji. Zarządzanie zmianą i adaptacja organizacji. Systemy oceny pracowniczej. Opiniowanie pracownika i feedback. Zrozumienie i promocja zdrowia psychicznego w kontekście pracy. Psychologia lidera i przywództwo. Etyka zawodowa i zrównoważony rozwój w HR. Digitalizacja HR i narzędzia technologiczne.
Kierunkowe efekty uczenia się	Podstawy marketingu <i>Basics of Marketing</i> ECTS: 5
Ps_WG01_Lic Ps_WG03_Lic Ps_WG07_Lic Ps_WK05_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_KO01_Lic Ps_KR01_Lic	Marketing jako koncepcja działania na konkurencyjnym rynku. Rynek i otoczenie rynkowe przedsiębiorstwa a marketing. Postępowanie konsumentów na rynku. Badania marketingowe w systemie informacji marketingowej w przedsiębiorstwie. Zarządzanie produktem. Strategie cen i dystrybucji. Promocja jako narzędzie komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem. Zarządzanie i planowanie marketingowe w przedsiębiorstwie. Metodologia badań i analiz rynku – wykorzystanie badań marketingowych. System informacji marketingowej i organizacja badań, etyka badań i rynek badań.

Kierunkowe efekty uczenia się	Wystąpienia publiczne i autoprezentacja <i>Self-Presentation & Public Speaking</i>	ECTS: 5
Ps_WG01_Lic Ps_WG12_Lic Ps_WK03_Lic Ps_UK01_Lic Ps_UK02_Lic Ps_UU01_Lic Ps_KK03_Lic Ps_KO03_Lic	Wprowadzenie do wystąpień publicznych. Komunikacja werbalna: Skuteczne techniki mówienia: tempo, akcent, intonacja. Wybór odpowiednich słów i języka w zależności od publiczności. Komunikacja niewerbalna: Rola gestów, mimiki twarzy i postawy ciała w komunikacji. Utrzymanie kontaktu wzrokowego z publicznością. Planowanie i struktura wystąpień: Zasady organizacji myśli i argumentów. Wybór odpowiednich narzędzi i przykładów do wzmocnienia przekazu. Tworzenie i używanie prezentacji multimedialnych: Projektowanie atrakcyjnych slajdów i grafik. Synchronizacja prezentacji z mową. Zarządzanie stresem i emocjami: Techniki radzenia sobie ze stresem przed i w trakcie wystąpień publicznych. Zrozumienie i kontrola emocji podczas prezentacji. Rozpoznawanie potrzeb i oczekiwań różnych grup odbiorców. Etyka wystąpień publicznych. Tworzenie krótkich autoprezentacji. Przygotowanie do rozmów kwalifikacyjnych i prezentacji zawodowych.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Systemy motywowania, wynagradzania i oceniania pracowników <i>Employee Motivation, Remuneration and Evaluation Systems</i>	ECTS: 4
Ps_WG07_Lic Ps_WG08_Lic Ps_WK02_Lic Ps_UW03_Lic Ps_UW04_Lic Ps_UW05_Lic Ps_KK02_Lic Ps_KO01_Lic Ps_KR02_Lic	Sposoby i rodzaje metod motywowania. Podstawowe zagadnienia związane z wynagradzaniem pracowników. Zasady i funkcje wynagrodzeń. Strategia wynagradzania. Formy wynagrodzeń. Struktura (wewnętrzna i zewnętrzna) oraz zasady tworzenia systemu tworzenia wynagrodzeń. Rodzaje motywowania - finansowe i niefinansowe. Cele, zasady i funkcje systemu oceniania. Metody, techniki i rodzaje ocen pracowniczych. Budowanie systemów motywowania i oceniania w praktyce. Kształtowanie systemów wynagradzania pracowników. Rodzaje wynagrodzeń.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Badania marketingowe <i>Basics of marketing</i>	ECTS: 4
Ps_WG04_Lic Ps_WG10_Lic Ps_WG12_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UW04_Lic Ps_UK01_Lic Ps_UO01_Lic Ps_KK02_Lic Ps_KO01_Lic	ISTOTA I ZNACZENIE BADAŃ MARKETINGOWYCH. Miejsce badań marketingowych w zarządzaniu marketingowym. Geneza i rozwój badań. Dane, informacje i wiedza a procesy decyzyjne przedsiębiorstwa. Pojęcie, cechy i cele badań marketingowych. PROCES BADAWCZY - PROJEKTOWANIE BADANIA I DOBÓR PRÓBY DO BADAŃ. Struktura procesu badawczego. Etapy projektowania badania. Problem decyzyjny a problem badawczy. Hipotezy badawcze. Kosztorys i harmonogram badania. Dobór próby do badań. Badania wyczerpujące a badania na próbnie. Liczebność próby. Błąd statystyczny i poziom ufności. Losowe i nielosowe metody doboru próby. PROCES BADAWCZY - POMIAR, SKALOWANIE I BUDOWA KWESTIONARIUSZA. Przedmiot i cechy pomiaru. Proces skalowania. Skale pomiarowe: nominalna, porządkowa, przedziałowa, ilorazowa. Skale do pomiaru postaw. Zasady skalowania. Instrumenty pomiarowe. Proces i zasady budowy kwestionariusza. Rodzaje pytań kwestionariuszowych. Wiarygodność pomiaru. PROCES BADAWCZY - METODY GROMADZENIA DANYCH WTÓRNE I SONDAŻOWE. Klasyfikacja metod gromadzenia danych. Metody oparte na źródłach wtórnych. Badania desk research. Metody sondażowe. Metody ankietowe. Klasyfikacja wywiadów. Paradygmat ilościowy i jakościowy w badaniach marketingowych. Techniki projekcyjne. PROCES BADAWCZY - POZOSTAŁE METODY GROMADZENIA DANYCH. Metody obserwacyjne. Obserwacje jawne, ukryte, kontrolowane, niekontrolowane, standaryzowane i niestandaryzowane. Mystery shopping. Badania etnograficzne. Badania eksperymentalne. Eksperymenty naturalne i laboratoryjne. Eksperymenty o różnej liczbie zmiennych. Pomiarzy fizjologiczne. Neurobadania. Metody panelowe. Badania syndykatowe. PROCES BADAWCZY - REDUKCJA I ANALIZA DANYCH. Proces redukcji danych. Kontrola pomiaru. Redakcja danych. Kodowanie pytań otwartych. Bazy danych. Raport z badań - struktura i zasady tworzenia. Analiza statystyczna w badaniach marketingowych. Opis statystyczny: wskaźniki struktury, miary tendencji centralnej, miary dyspersji, miary asymetrii. Miary korelacji i regresji. Wnioskowanie statystyczne: estymacja parametrów i weryfikacja hipotez. METODOLOGIA BADAŃ I ANALIZ RYNKU - WYKORZYSTANIE BADAŃ MARKETINGOWYCH. Określanie pozycji rynkowej i kierunków rozwoju przedsiębiorstwa. Analiza udziału w rynku. Prognozowanie zjawisk rynkowych: metody jakościowe, ekstrapolacyjne i przyczynowo-skutkowe. SYSTEM INFORMACJI MARKETINGOWEJ I ORGANIZACJA BADAŃ, ETYKA BADAŃ I RYNEK BADAŃ. Etyka w badaniach marketingowych. Trendy rozwojowe badań marketingowych na świecie i w Polsce. Podaż usług badawczych. Współpraca z agencjami badawczymi - kryteria wyboru i oceny jakości pracy. Prawne aspekty badań marketingowych - ustawa o ochronie danych osobowych i RODO.	

Kierunkowe efekty uczenia się	Zastosowania psychologii w reklamie <i>Applications of Psychology in Advertising</i>	ECTS: 4
Ps_WG07_Lic Ps_WG12_Lic Ps_WK02_Lic Ps_WK03_Lic Ps_WK04_Lic Ps_UW04_Lic Ps_UK01_Lic Ps_UO01_Lic Ps_KK01_Lic Ps_KK04_Lic	Wprowadzenie. Rozwój reklamy i marketingu. Współczesny przemysł reklamowy. Pomiar skuteczności reklamy. Funkcja i miejsce psychologii w reklamie - dopasowanie bodźców reklamowych do indywidualnych reakcji psychologicznych, śledzenie indywidualnych i społecznych procesów pośredniczących w reakcjach behawioralnych na reklamę. Uwaga i reklama. Płynność hedoniczna i istotność. Nowość. Zaangażowanie konsumentów. Strategie zwiększania zaangażowania: humor, podniecenie seksualne, product placement, sponsoring. Świadomość marki. Metapoznanie konsumenckie. Kształtowanie postaw. Elementy, funkcje i cechy postaw konsumenckich związanych z marką. Reklama w kontekście międzykulturowym: indywidualizm, konformizm. Zarządzanie wizerunkiem celebrytów. Zarządzanie wizerunkiem firmy. Reklama online. Metody badania psychologicznych efektów reklamy. Dane ilościowe i jakościowe. Neuroekonomia.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Wprowadzenie do coachingu <i>Introduction to coaching</i>	ECTS: 4
Ps_WG12_Lic Ps_WK01_Lic Ps_WK03_Lic Ps_WK04_Lic Ps_UK01_Lic Ps_UU01_Lic Ps_KK01_Lic Ps_KO01_Lic Ps_KO05_Lic	Definicja coachingu. Historia rozwoju i ewolucja coachingu. Cele i korzyści coachingu. Model GROW (Cel, Realność, Opcje, Wnioski). Etyka i standardy w coachingu. Umiejętności interpersonalne w coachingu: Skuteczna komunikacja, Słuchanie aktywne i empatia, Budowanie zaufania i relacji z klientem. Fazy procesu coachingowego: kontraktowanie, diagnoza, planowanie, działanie, ocena. Narzędzia i techniki coachingowe. Monitorowanie postępów i dostosowywanie strategii. Psychologia rozwoju osobistego: Rozwój osobisty i samoświadomość, Identyfikacja celów i wartości, Przeszkody w rozwoju osobistym. Zarządzanie czasem i priorytetami. Techniki radzenia sobie ze stresem. Konflikty i negocjacje w coachingu: Rozwiązywanie konfliktów, Umiejętności negocjacyjne. Coaching w kontekście korporacyjnym. Coaching jako narzędzie zarządzania zasobami ludzkimi.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Psychologia zachowań konsumenckich <i>Psychology of Consumer Behaviour</i>	ECTS: 3
Ps_WG01_Lic Ps_WG07_Lic Ps_WK03_Lic Ps_UW02_Lic Ps_UK02_Lic Ps_KK04_Lic	Zasady przetwarzania informacji przez konsumentów. Znajomość i świadomość marki. Percepcja sensoryczna i zachowania konsumentów. Uczenie się i pamięć. Efekty kategoryzacji i wnioskowania w psychologii konsumenta. Afekt i emocje w kontekście decyzji konsumenckich. Motywacja, zachowania ukierunkowane na cel, postawy. Jawne i ukryte motywy i postawy. Rola wartości w kierowaniu konsumpcją. Czynniki osobowościowe a wybory konsumenckie. Meta-wiedza konsumenta, tożsamość i umiejętności podejmowania decyzji. Badanie konkretnych decyzji behawioralnych. Podejście uzasadnionego działania (reasoned action approach). Reakcje poznawcze i przetwarzanie informacji w zachowaniach konsumentów. Hedonomia, postrzeganie ceny, postrzeganie marki, postrzeganie ryzyka. Zasady wpływu społecznego w zachowaniach konsumenckich. Problematiczne zachowania konsumenckie: kompulsywne kupowanie, uzależnienia behawioralne. Zachowania konsumentów online: jak konsumenci wchodzi w interakcje z informacjami online, uwaga i przetwarzanie informacji online. Dane behawioralne online. Metody analizy recenzji online.	

Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia

Do metod weryfikacji efektów uczenia się uzyskiwanych w procesie kształcenia zalicza się:

- 1) egzaminy – ustne, pisemne (opisowe, testowe).
- 2) zaliczenia – ustne, pisemne (opisowe, testowe).
- 3) kolokwium.
- 4) przygotowanie indywidualnie lub zespołowo referatu, eseju itp..
- 5) przygotowanie indywidualnie lub zespołowo projektu.
- 6) wykonanie sprawozdań, raportów, zadanych prac domowych itp. – indywidualnie lub zespołowo.
- 7) rozwiązywanie zadań problemowych w trakcie oraz poza zajęciami – indywidualnie lub zespołowo.
- 8) prezentacje multimedialne prowadzone i przygotowywane indywidualnie lub zespołowo.
- 9) wypowiedzi ustne, aktywność w trakcie zajęć, udział w dyskusji.
- 10) analizy przypadków.
- 11) egzamin dyplomowy.
- 12) inne, specyficzne i szczególne formy weryfikacji zakładanych efektów uczenia się wskazane w kartach poszczególnych przedmiotów (sylabusach).

Ocena stopnia osiągnięcia założonych efektów uczenia się obejmuje wszystkie kategorie efektów uczenia się (wiedzę, umiejętności, kompetencje społeczne). Wybór metod weryfikacji powinien uwzględniać specyfikę poszczególnych kategorii efektów uczenia się, a także specyfikę przedmiotu oraz współczesne uwarunkowania społeczne i możliwości technologiczne ich weryfikacji.

W uczelni obowiązuje zasada, iż weryfikacja efektów uczenia się na zajęciach prowadzonych w formie wykładów jest dokonywana w drodze egzaminu końcowego na ocenę (w czasie sesji egzaminacyjnej), a pozostałe formy zajęć pozwalają zarówno na bieżącą weryfikację efektów uczenia się w trakcie trwania semestru, jak też na koniec semestru i kończą się wystawieniem zaliczenia na ocenę. W przypadku studentów z niepełnosprawnościami, w zależności od ich indywidualnych potrzeb, są ustalane alternatywne metody weryfikacji efektów uczenia się, które uwzględniają indywidualne potrzeby tych osób.

Metodą weryfikacji efektów uczenia się uzyskanych z całości cyklu kształcenia na poziomie studiów jest egzamin dyplomowy.

Przy weryfikacji efektów uczenia się przyjmuje się założenie, że uzyskanie pozytywnej oceny z egzaminu lub zaliczenia kończącego przedmiot oraz egzaminu dyplomowego potwierdza osiągnięcie wszystkich efektów uczenia się ustalonych dla elementów procesu uczenia się. Poziom uzyskania efektów uczenia się wynika z wystawionej oceny.

Regulamin studiów określa skalę stosowanych ocen w ramach procesu weryfikacji efektów uczenia się, a Zarządzenie Rektora określa wewnętrzny system oceniania, będący zbiorem zasad dotyczących oceniania studentów w zakresie opanowania przez nich efektów uczenia się oraz kryteria ogólne wystawienia danej oceny z przedmiotu (por. Tabela). W Regulaminie studiów przewidziane są także zaliczenia na: zaliczony/niezaliczony (odpowiednio: zal/nzal). Dotyczy to głównie zajęć niewymagających weryfikacji efektów uczenia się na ocenę (np. zajęcia sportowo-rekreacyjne, BHP).

Kryteria ocen w procesie weryfikacji efektów uczenia się

Ocena	Opis wymagań	Wymagany procent osiągniętych efektów uczenia się dla przedmiotu
celujący (6,0)	Student osiągnął efekty uczenia ilościowo lub jakościowo wykraczające poza zakres przewidziany programem kształcenia dla przedmiotu, w szczególności: posiada wiedzę znacznie przekraczającą zakres określony programem kształcenia dla przedmiotu, samodzielnie określa i rozwiązuje problemy teoretyczne i praktyczne, potrafi wykorzystać wiedzę w nowych sytuacjach problemowych, poprawnie i swobodnie posługuje się terminologią naukową oraz zawodową.	> 90% oraz dodatkowe osiągnięcia wykraczające ilościowo lub jakościowo poza te przewidziane na ocenę bardzo dobrą
bardzo dobry (5,0)	Student opanował pełen zakres wiedzy i umiejętności określony w programie kształcenia dla przedmiotu, samodzielnie rozwiązuje problemy teoretyczne i praktyczne, potrafi wykorzystać wiedzę w nowych sytuacjach problemowych, poprawnie posługuje się terminologią naukową oraz zawodową.	min. 90%
dobry plus (4,5)	Student osiągnął efekty uczenia się powyżej wymagań dla oceny dobrej, ale niewystarczające dla oceny bardzo dobrej.	min. 85%
dobry (4,0)	Student opanował większość wiadomości i umiejętności określonych programem kształcenia dla przedmiotu, rozwiązuje typowe zadania teoretyczne i praktyczne, ujmuje w terminach naukowych i zawodowych podstawowe pojęcia i prawa.	min. 70%
dostateczny plus (3,5)	Student osiągnął efekty uczenia się powyżej wymagań dla oceny dostatecznej, ale niewystarczające dla oceny dobrej.	min. 65%
dostateczny (3,0)	Student opanował podstawowe wiadomości i umiejętności określone programem kształcenia dla przedmiotu, rozwiązuje typowe zadania teoretyczne i praktyczne o średnim stopniu trudności, popełnia niewielkie błędy terminologiczne, a wiadomości przekazuje językiem zbliżonym do potocznego.	min. 50%
niedostateczny (2,0)	Student nie opanował niezbędnego minimum podstawowych wiadomości i umiejętności określonych programem kształcenia dla przedmiotu, nie potrafi rozwiązać zadań o niewielkim stopniu trudności, popełnia rażące błędy terminologiczne, a styl jego wypowiedzi jest nieporadny.	mniej niż 50%

Ocena osiągnięcia efektów uczenia się przeprowadzana jest w następujących etapach:

- w trakcie realizacji efektów uczenia się w ramach danego przedmiotu/modułu oraz po jej zakończeniu poprzez weryfikację efektów uczenia się dokonaną dla każdego studenta przez prowadzącego zajęcia/egzaminatora.
- po zrealizowaniu programu danego przedmiotu/modułu poprzez weryfikację efektów uczenia się dokonaną przez prowadzącego zajęcia/koordynatora przedmiotu/modułu.
- po zakończeniu każdego semestru poprzez weryfikację efektów uczenia się uzyskanych przez studentów kierunku.
- na egzaminie dyplomowym poprzez weryfikację efektów uczenia się dokonaną dla każdego studenta przez egzaminatorów biorących udział w egzaminie dyplomowym.
- na bieżąco poprzez ocenę realizacji efektów uczenia się dokonaną przez hospitujących zajęcia.
- po zakończeniu każdego cyklu kształcenia poprzez weryfikację efektów uczenia się według mierników ilościowych oraz w drodze monitorowania losów absolwentów i oceny ich funkcjonowania na rynku pracy.