**Tytuł:** Psychologia wpływu społecznego

**Krótki opis:** Badania nad wpływem społecznym umożliwiają zrozumienie mechanizmów kierujących zachowaniem ludzi w wielu typowych sytuacjach życia społecznego: działaniach marketingowych i reklamie, zachowaniach konsumenckich, działaniach prowadzonych przez organizacje pożytku publicznego mających na celu pozyskiwanie środków finansowych czy działaniach prospołecznych. Pomimo olbrzymiego znaczenia praktycznego działań ukierunkowanych na wywierania wpływu, oraz poznaniu wielu technik, reguł i metod wywierania wpływu, mechanizmy stojące za efektywnością owych działań wciąż są stosunkowo słabo poznane. Seminarium magisterskie skupione będzie wokół identyfikacji i próby eksploracji mechanizmów stojących u podłoża znanych oraz identyfikacji niepoznanych jeszcze metod wywierania wpływu społecznego. Magistranci na podstawie pogłębionego przeglądu wybranej literatury przedmiotu sformułują oryginalny problem badawczy stanowiący podstawę ich przyszłej pracy magisterskiej. Analizowana będzie m.in. rola pobudzenia emocjonalnego, wysiłku poznawczego oraz wysiłku wolicjonalnego oraz wpływ owych czynników na skuteczność wywieranego wpływu. Na seminarium uczestnicy przygotowywać będą badania, które mogą być przeprowadzone zarówno w laboratorium, jak i w warunkach naturalnych, zarówno w kontekście działań prospołecznych jak i marketingowych. Pierwszy semestr seminarium polegać będzie na pogłębionej analizie artykułów empirycznych i tekstów naukowych na temat wybranych zagadnień z zakresu wpływu społecznego i poznania społecznego. W trakcie drugiego i trzeciego semestru magistranci przygotują i przeprowadzą badanie empiryczne wraz z analizą statystyczną uzyskanych wyników. W trakcie czwartego semestru magistranci będą finalizować pracę magisterską.

**Kryteria kwalifikacji**: rozmowa z kandydatami w drugim tygodniu sesji poprawkowej (termin zostanie wskazany na początku września)