

WYKAZ ZAJĘĆ

dla cykli kształcenia rozpoczynających się od roku akademickiego 2021/2022

Nazwa kierunku studiów: SOCJOLOGIA

Specjalności:

- badania rynku i opinii publicznej
- organizacja i analiza przestrzeni publicznej

Poziom studiów: STUDIA DRUGIEGO STOPNIA

Profil: OGÓLNOAKADEMICKI

Forma studiów: STACJONARNA

1. Wykaz zajęć (przedmiotów) dla kierunku *Socjologia* z odniesieniem do kierunkowych efektów uczenia się

Lp.	Nazwa zajęć (przedmiotu)	H/S	W	P/N	Typ zajęć (przedmiotu) (np. podstawowy, kierunkowy, kształcenia ogólnego)	Łączna liczba godzin	Łączna liczba punktów ECTS	Treści programowe	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbole KEU)
Moduł 1 – językowy									
1.	Język obcy		W		kształcenia ogólnego	60	5	Zgodne z opracowanymi sylabusami - dostępne na stronie MSJO UPJPII.	S2aK_K08 S2aK_U09

Moduł 2 – seminaryjny									
2.	Seminarium magisterskie		W	N	kształcenia ogólnego	120	13	1. Metodologia i struktura pracy magisterskiej. 2. Określenia problemu i przedmiotu badań. 3. Kwerenda literatury źródłowej. 4. Konstruowanie planu pracy. 5. Tworzenie przypisów i odsyłaczy. 6. Analiza tekstu.	S2aK_W08 S2aK_W09 S2aK_U09 S2aK_U10 S2aK_K04 S2aK_K08
Moduł 3 – dynamika społeczna									
3.	Antropologia chrześcijańska	H			kształcenia ogólnego	20	3	1. Antropologia chrześcijańska czy antropologia teologiczna? Uściślenie pojęć. 2. Teologia stworzenia – spór pomiędzy kreacjonizmem a ewolucjonizmem. 3. Antropologia stworzenia: wolność, celowość, dynamizm. 4. Antropologia chrześcijańska w perspektywie chrystologicznej. 5. Nadprzyrodzoność czy nadzwyczajność? 6. Grzech pierworodny – stan czy teoria interpretacyjna? 7. Problematyka grzechu – czy psychologia zastąpi duchowość? 8. Antropologia bez łaski – problematyka nowego stworzenia. 9. Eschatologia jako dopełnienie prawdy o człowieku. 10. Życie wieczne w kontekście świata zsekularyzowanego. 11. Antropologia chrześcijańska wobec wybranych współczesnych koncepcji antropologicznych. 12. Antropologia chrześcijańska a filozofia podmiotu. 13. Antropologia chrześcijańska a idea końca historii i człowieka.	S2aK_W01 S2aK_W05 S2aK_U11 S2aK_K07

								14. Antropologia chrześcijańska a tożsamość osoby – czy możliwa jest tożsamość człowieka bez Boga?	
4.	Współczesne społeczeństwo polskie a inne społeczeństwa UE			N	kształcenia ogólnego	30	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zachowania wyborców w UE. 2. Systemy wartości społeczeństw UE. 3. Procesy demograficzne w Europie. 4. Bogactwo, ubóstwo, posiadanie i konsumpcja w społeczeństwie UE. 5. Rynek pracy i bezrobocie w UE. 6. Migracje i emigracje Polaków. 7. Przemiany wsi polskiej. 8. Religijność obywateli UE. 9. Korupcja i pułapki społeczne. 10. Przestępczość, wymiar sprawiedliwości i poczucie bezpieczeństwa. 11. Zdrowie publiczne, służba zdrowia i system ratownictwa w Polsce i poszczególnych krajach UE. 12. Edukacja, nauka i szkolnictwo wyższe. 13. Kultura współczesnej Europy. 	S2aK_W03 S2aK_W04 S2aK_U04 S2aK_K01
5.	Socjologia chrześcijańska			N	kształcenia ogólnego	20	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Demokracja i jej krytycy w antycznej Grecji. Rzymska tradycja prawna. 2. Państwo i prawo średniowieczu: uniwersalizm papieski, bizantyjska tradycja cesaropapizmu. 3. Powstanie i rozwój chrześcijańskich ujęć koncepcji państwa i prawa począwszy od św. Tomasza z Akwinu. 4. Sprawiedliwość społeczna w ujęciu nauczania Kościoła katolickiego od Leona XIII po Jana Pawła II. Polityka a etyka od czasu Renesansu i N. Machiavellego. 5. Teorie prawa natury i ich rozwój od XVII po XX wiek. Różne koncepcje umowy społecznej i ich 	S2aK_W01 S2aK_W05 S2aK_U01 S2aK_U11 S2aK_K01 S2aK_K07

							<p>twórcy: Hobbes, Locke, Rousseau a myśliciele współcześni –Rawls i Nozick. Liberalizm w XIX i XX w. Różne koncepcje wolności jednostki i suwerenności ludu (narodu).</p> <p>6. Liberalna demokracja i jej konserwatywni krytycy.</p> <p>7. Pozytywizm prawniczy i jego wpływ na rozwój idei państwa prawnego.</p> <p>8. Socjalizm a problem sprawiedliwości społecznej. sprawiedliwości.</p> <p>9. Wpływ nauk przyrodniczych na rozwój socjologii oraz teorii państwa i prawa.</p> <p>10. Totalitarne ujęcia państwa i prawa w XX wieku oraz ich teoretyczne uzasadnienie.</p> <p>11. Współczesne kierunki rozwoju myśli prawnej.</p>		
6.	Etyka zawodu socjologa	H			kształcenia ogólnego	10	2	<p>1. Współczesne problemy etyczne nauki.</p> <p>2. Problemy etycznej odpowiedzialności badacza.</p> <p>3. Etyczne problemy procesu organizacji pracy zawodowej.</p> <p>4. Zagadnienia etyczne w badaniach społecznych.</p> <p>5. Etyka zawodu socjologa na tle innych etyk zawodowych.</p>	S2aK_K07 S2aK_U11 S2aK_W05
7.	Społeczeństwo w dobie przemian kulturowych			N	kształcenia ogólnego	30	3	<p>1. Wprowadzenie do problematyki zmiany.</p> <p>2. Przełom postindustrialny.</p> <p>3. Postmodernizm społeczny.</p> <p>4. Procesy globalizacji politycznej, ekonomicznej i kulturowej.</p> <p>5. Ewolucja społeczeństw tradycyjnych w społeczeństwie sieci.</p>	S2aK_K01 S2aK_K04 S2aK_U01 S2aK_U02 S2aK_W05 S2aK_W03

								6. Multikulturalizm i rozwój miasta. 7. Rozwój wspólnot wirtualnych. 8. Ewolucja miasta (neomediawalizacja, gettyzacja, koszaryzacja, miasta policentryczne). 9. Nomadyzacja, postturystryka. 10. Pokolenie "second life". 11. Erozja tradycyjnych systemów wartości.	
8.	Socjologia pogranicza			N	kształcenia ogólnego	30	3	1. Wprowadzenie do socjologii pogranicza. 2. Przedmiot i podstawowe kategorie pogranicza. 3. Zderzenie kultur, kontakt kulturowy, pograniczność. 4. Naród a religia, język, terytorium na pograniczach. 5. Wielokulturowość a pogranicze. 6. Tożsamość społeczna na pograniczach; kultura i człowiek pogranicza. 7. Typy oraz przemiany stosunków społecznych na pograniczach. 8. Ruchy społeczne na pograniczach i proces kształtowania się narodu w warunkach pogranicza. 9. Mniejszości narodowe i etniczne w Polsce. 10. Polityka narodowościowa – problemy społeczne na pograniczach. 11. Polskie pogranicza i Polacy na pograniczach. 12. Wschodnie pogranicze Polski – konflikty na pograniczach w III RP. 13. Pogranicze polsko-ukraińskie. 14. Pogranicze polsko-białoruskie, polsko-białorusko-ukraińskie. 15. Łemkowie jako mniejszość pogranicza. 16. Pogranicze polsko-litewskie.	S2aK_W02 S2aK_W03 S2aK_W07 S2aK_U02 S2aK_U06 S2aK_K01

								<p>17. Pogranicze polsko-czesko-słowackie.</p> <p>18. Pogranicze polsko-niemieckie.</p> <p>19. Współpraca transgraniczna z Obwodem Kaliningradzkim.</p> <p>20. Pogranicza w innych krajach Europy i świata.</p>	
9.	Socjologia problemów społecznych i dewiacji			N	kształcenia ogólnego	30	4	<p>1. Podstawowe pojęcia i koncepcje.</p> <p>2. Pojęcie problemu społecznego z socjologicznego punktu widzenia.</p> <p>3. Teorie społeczne i ich problemowe aplikacje. R.K. Merton i podwaliny jego teorii problemów społecznych.</p> <p>4. Kształtowanie się i rozwój stanowisk teoretycznych w socjologii problemów społecznych.</p> <p>5. Typologia stanowisk teoretycznych i ich charakterystyka w ujęciu R.W. Marisa.</p> <p>6. Pojęcie profilaktyki. stosowanych w profilaktyce.</p> <p>7. Ubóstwo – „główny” problem społeczny. Poglądy i debaty w sprawach ubóstwa. Jedność i wielość przejawów ubóstwa.</p> <p>8. Pracować i być biednym. Przeżywanie ubóstwa – mówienie o ubóstwie – zmaganie się z ubóstwem.</p> <p>9. Problemy mieszkaniowe, bezdomność jako problem społecznym.</p> <p>10. Dzieci ulicy – typologia, skala zjawiska, uwarunkowania, umiejętności przystosowawcze dzieci ulicy, pomoc i możliwość zapobiegania zjawisku.</p> <p>11. Patologie seksualne – skala zjawiska, typologie, uwarunkowania, skutki.</p>	<p>S2aK_K01</p> <p>S2aK_K04</p> <p>S2aK_K05</p> <p>S2aK_U07</p> <p>S2aK_U01</p> <p>S2aK_W08</p> <p>S2aK_W05</p> <p>S2aK_W01</p>

								<p>12. Bezrobocie. Pojęcie, rodzaje, przyczyny, skutki, skala zjawiska, przeciwdziałanie.</p> <p>13. Alkohol i przemoc jako przykład splotu czynników problemowych.</p> <p>14. Przemoc – kobiety i mężczyźni.</p> <p>15. Problem uzależnień (narkomania, lekomania, politoksykomania, uzależnienia od elektronicznych środków przekazu, hazardu).</p> <p>16. Mobbing – przejawy, typy reakcji ofiar i sprawców, skala.</p> <p>17. Handel ludźmi – skala zjawiska.</p>	
10.	Socjologia mediów			N	kształcenia ogólnego	30	3	<p>1. Odbiorca w komunikacji masowej. Odbiorcy i publiczność. Relacje mediów z widownią.</p> <p>2. Koncepcje widowni. Pochodzenie widowni. Widownia jako grupa. Tworzenie się widowni. Typy widowni. Kategorie konstytutywne widowni.</p> <p>3. Widownia mediów cyfrowych. Publiczność w obszarze działań PR. Publiczność reklamy i style życia.</p> <p>4. Marketing polityczny a publiczność. Oddziaływanie na widownię. Publiczność wielokulturowa.</p> <p>5. Widownia a opinia publiczna.</p> <p>6. Metody badań widowni.</p>	<p>S2aK_W01</p> <p>S2aK_W03</p> <p>S2aK_W07</p> <p>S2aK_W09</p> <p>S2aK_U01</p> <p>S2aK_U03</p> <p>S2aK_U07</p> <p>S2aK_K01</p> <p>S2aK_K04</p> <p>S2aK_K07</p>
Moduł 4 – socjologia praktyczna									
11.	Metodologia badań społecznych			N	kształcenia ogólnego	30	3	<p>1. Elementy wiedzy o nauce i poznaniu naukowym.</p> <p>2. Metodologia badań w naukach społecznych.</p> <p>3. Teoretyczne aspekty badań społecznych.</p> <p>4. Typologia badań społecznych ze względu na cel i przedmiot badań.</p> <p>5. Badania ilościowe i jakościowe.</p>	<p>S2aK_W06</p> <p>S2aK_W08</p> <p>S2aK_U02</p> <p>S2aK_U05</p> <p>S2aK_K01</p> <p>S2aK_K03</p>

								<p>6. Konceptualizacja i operacjonalizacja badań.</p> <p>7. Cel badań, problemy i hipotezy.</p> <p>8. Zmienne i wskaźniki w badaniach społecznych.</p> <p>9. Metody – techniki – narzędzia badawcze.</p> <p>10. Charakterystyka metod badań społecznych.</p> <p>11. Pojęcie i skale pomiaru.</p> <p>12. Organizacja i realizacja badań.</p> <p>13. Analiza danych.</p> <p>14. Procedury wnioskowania statystycznego.</p>	
12.	Przetwarzanie i analiza statystyczna danych			N	kształcenia ogólnego	30	3	<p>1. Pomoc metodologiczno-statystyczna.</p> <p>2. Przygotowanie danych.</p> <p>3. Wykonanie obliczeń i analiz statystycznych.</p> <p>4. Przygotowaniu raportów w przystępnej i zrozumiałej formie z opisem i wizualizacją.</p> <p>5. Konsultacja i pomoc po zakończeniu współpracy.</p> <p>6. Tradycyjne i nowoczesne metody analizy statystycznej.</p> <p>7. Budowanie modeli równań strukturalnych metodami kowariancyjnymi i wariancyjnymi (PLS).</p>	<p>S2aK_K01</p> <p>S2aK_K03</p> <p>S2aK_U07</p> <p>S2aK_U05</p> <p>S2aK_W08</p> <p>S2aK_W07</p> <p>S2aK_W01</p>
13.	Metody badań ilościowych			N	kształcenia ogólnego	20	3	<p>Badanie marketingowe: metody doboru i określenie liczebności próby, skale pomiarowe (nominalne, porządkowe, przedziałowe, ilorazowe), kodowanie i przetwarzanie danych, graficzne metody prezentacji danych wielowymiarowych. Analiza struktury zjawisk rynkowych (mierniki tendencji centralnej, rozproszenia, asymetrii</p>	<p>S2aK_W06</p> <p>S2aK_W08</p> <p>S2aK_U02</p> <p>S2aK_K01</p> <p>S2aK_K03</p>

								<p>i koncentracji – krzywa Lorenza, wskaźnik koncentracji Giniego). Badanie współzależności zjawisk rynkowych. Miary korelacji cech ilościowych i jakościowych (korelacja rang, współczynnik Pearsona, miary oparte na statystyce χ^2, konstrukcja funkcji sprzedaży na podstawie zależności korelacyjnych, weryfikacja modelu). Wybrane parametryczne i nieparametryczne testy statystyczne w badaniach rynkowych. Analiza wariancji klasyfikacja pojedyncza i podwójna. Modele popytu konsumpcyjnego – funkcje Törnquista. Modele logitowe i probitowe w badaniach ankietowych. Identyfikacja czynników mających wpływ na decyzję zakupu – analiza dyskryminacji.</p>	
14.	Metody badań jakościowych			N	kształcenia ogólnego	20	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fazy procesu badawczego w badaniach jakościowych. 2. Organizacja zogniskowanego wywiadu grupowego (FGI). 3. Budowa scenariusza wywiadu. 4. Moderowanie FGI – cechy i kryteria doboru moderatora. 5. Analiza i interpretacja wyników wywiadu grupowego, przygotowanie dokumentacji z badania. 6. Wykorzystanie technik wspomagających w badaniu metodą zogniskowanego wywiadu grupowego. 7. Zastosowanie FGI w badaniach usług. 8. Pogłębiony wywiad indywidualny – organizacja i zasady przeprowadzania. 	<p>S2aK_W06 S2aK_W08 S2aK_U02 S2aK_K01 S2aK_K03</p>

								9. Analiza i interpretacja wyników wywiadu indywidualnego. 10. Metoda obserwacji uczestniczącej – zasady prowadzenia i interpretacji rezultatów. 11. Metody testowania opinii konsumentów wykorzystywane w różnych fazach cyklu życia produktu.	
15.	Analiza danych jakościowych			N	kształcenia ogólnego	30	3	1. Dane jakościowe: ich specyfika i rodzaje. Dane zastane, wywołane oraz źródła internetowe. 2. Zasady pracy z tekstem wg. Kathy Chamraz: kodowanie i kodowanie zogniskowane, notatki i noty teoretyczne. 3. Interpretacja: raport. 4. Analiza sekwencyjna: wyodrębnianie sekwencji, kategoryzacja, ustalanie relacji, analiza ilościowa danych jakościowych. 5. Interpretacja: raport. 6. Analiza map mentalnych. 7. Konstruowanie diagramów w analizie map mentalnych. 8. Podstawy KAD.	S2aK_W06 S2aK_W08 S2aK_U04 S2aK_U05 S2aK_K01 S2aK_K03
16.	Analiza danych ilościowych i SPSS			N	kształcenia ogólnego	30	3	1. Wprowadzenie do pracy z programem SPSS. 2. Podstawowe elementy programu: widok zmiennych i widok zbioru danych, okno raportów i okno składni. 3. Rodzaje zmiennych i poziomy pomiaru zmiennych. 4. Struktura i organizacja zbioru danych. 5. Edytor danych: definiowanie zmiennych, etykiety danych i wartości, definiowanie braków danych.	S2aK_W06 S2aK_W08 S2aK_U04 S2aK_U05 S2aK_K01 S2aK_K03

							<p>6. Przygotowanie zbioru danych do analizy: sortowanie, filtrowanie, agregacja.</p> <p>7. Podstawowe operacje i przekształcenia na zmiennych: obliczanie wartości, zliczanie, przekodowania.</p> <p>8. Badanie empiryczne i praca własna nad przygotowaniem zbioru danych.</p> <p>9. Analiza opisowa w programie SPSS.</p> <p>10. Prezentacje tabelaryczne jednej zmiennej i większej ich liczby.</p> <p>11. Analiza struktury i obliczanie miar opisowych: średnia, mediana, kwartyle, percentyle. Pomiar dyspersji i asymetrii.</p> <p>12. Standaryzacja zmiennych i wartości odstające.</p> <p>13. Prezentacje graficzne: wykres słupkowy, histogram, wykres liczebności i częstości, wykres wartości skumulowanych, wykres skrzynkowy.</p> <p>14. Badanie zależności zmiennych. Tabele kontyngencji. Wykresy punktowe.</p> <p>15. Przesłanki merytoryczne doboru miar związku.</p> <p>16. Pomiar związku zmiennych ilościowych (współczynnik r-Pearsona).</p> <p>17. Pomiar związku zmiennych jakościowych.</p> <p>18. Praca własna na większym zbiorze danych.</p> <p>19. Analiza regresji liniowej dla jednej zmiennej objaśniającej.</p> <p>20. Wymagania dotyczące zmiennych i interpretacja uzyskanych wyników.</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--	--

								Wprowadzenie do wnioskowania statystycznego – istotność statystyczna różnic i badanych zależności.	
17.	Badania sondażowe			N	kształcenia ogólnego	30	3	<p>1. Zagadnienia wstępne – metodologia badań.</p> <p>2. Formułowanie hipotezy i problemu badawczego.</p> <p>3. Rynek instytucji badawczych w Polsce.</p> <p>4. Badania sondażowe. Błędy popełniane w procesie badania.</p> <p>5. Rola badań w procesie podejmowania decyzji.</p> <p>6. Przesłanki wzrostu znaczenia badań marketingowych.</p> <p>7. Projektowanie badania. Budowa instrumentu pomiarowego.</p> <p>8. Metody zbierania danych ze źródeł wtórnych. Pośrednie sondażowe metody zbierania danych ze źródeł pierwotnych.</p> <p>9. Pozasondażowe metody zbierania danych ze źródeł pierwotnych. Zbieranie danych za pomocą eksperymentu.</p> <p>10. Metody redukcji i analizy danych. Metody prezentacji i oceny wyników badania.</p>	<p>S2aK_K03</p> <p>S2aK_K01</p> <p>S2aK_U11</p> <p>S2aK_U08</p> <p>S2aK_U04</p> <p>S2aK_W06</p>
18.	Projekty badawcze			N	kształcenia ogólnego	20	3	<p>1. Opracowanie bibliografii tematu, postawienie pytania głównego i hipotez badawczych, opis założeń metodologicznych, zebranie i analizę danych empirycznych.</p> <p>2. Sformułowanie wniosków i konkluzji.</p> <p>3. Etapy realizacji projektu badawczego:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wybór tematu projektu i jego uzasadnienie; - zdefiniowanie problemu 	<p>S2aK_W04</p> <p>S2aK_W06</p> <p>S2aK_U03</p> <p>S2aK_U08</p> <p>S2aK_K02</p> <p>S2aK_K03</p>

								badawczego oraz celu planowanych badań; – osadzenie problematyki badań w odpowiednim paradygmacie teoretycznym; – sformułowanie hipotez badawczych; – wybór metody badawczej; – analiza merytoryczna zebranych danych w trakcie badań własnych.	
Moduł 5 – zajęcia ogólnouniwersyteckie									
19.	Zajęcia realizowane na WNS UPJPII		W		kształcenia ogólnego	30	3	Zakres problematyki mieszczący się w zakresie efektów kierunkowych.	S2aK_W01 S2aK_U02 S2aK_K01
20.	Zajęcia realizowane na innych kierunkach UPJPII poza WNS		W		kształcenia ogólnego	30	3	Zakres problematyki mieszczący się w zakresie efektów kierunkowych.	S2aK_W01 S2aK_U02 S2aK_K01
Moduł 6 – specjalność: badania rynku i opinii publicznej / Moduł 7 – specjalność: organizacja i analiza przestrzeni publicznej									
21.	Przedmioty specjalnościowe		W		specjalnościowe		48		
	<i>Przedmioty specjalności badania rynku i opinii publicznej (moduł 6) – tabela nr 2a</i>					365		<i>dane zawarte w tabeli nr 2a</i>	<i>dane zawarte w tabeli nr 2a</i>
	<i>Przedmioty specjalności organizacja i analiza przestrzeni publicznej (moduł 7) – tabela nr 2b</i>					365		<i>dane zawarte w tabeli nr 2b</i>	<i>dane zawarte w tabeli nr 2b</i>
Łączna liczba punktów ECTS							120		
Łączna liczba godzin – specjalność badania rynku i opinii publicznej						1 015			
Łączna liczba godzin – specjalność organizacja i analiza przestrzeni publicznej						1 015			

2a. Wykaz zajęć (przedmiotów) dla specjalności badania rynku i opinii publicznej (moduł 6) z odniesieniem do kierunkowych efektów uczenia się

L.p.	Nazwa zajęć (przedmiotu)	H/S	W	P/N	Typ zajęć (przedmiotu) (np. specjalnościowy, modułowy)	Łączna liczba godzin	Łączna liczba punktów ECTS	Treści programowe	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbole KEU)
1.	Ilościowe i jakościowe metody badań rynku i opinii publicznej			N	specjalnościowy	30	4	<p>1. Badanie marketingowe – metody doboru i określenie liczebności próby, skale pomiarowe, kodowanie i przetwarzanie danych, graficzne metody prezentacji danych wielowymiarowych.</p> <p>2. Analiza struktury zjawisk rynkowych (miary tendencji centralnej, rozproszenia, asymetrii i koncentracji – krzywa Lorenza, wskaźnik koncentracji Giniego).</p> <p>3. Wybrane parametryczne i nieparametryczne testy statystyczne w badaniach rynkowych.</p> <p>4. Analiza wariancji, klasyfikacja pojedyncza i podwójna.</p> <p>5. Badanie współzależności zjawisk rynkowych. Miary korelacji cech ilościowych i jakościowych.</p> <p>6. Ekonometryczna analiza rynku (rozkład dochodów w poszczególnych grupach społeczno-ekonomicznych za pomocą krzywej Pareto, krzywej normalnej i logarytmiczno – normalnej) i popytu konsumpcyjnego (badania dochodowej i cenowej elastyczności popytu – modele: liniowy, potęgowy oraz funkcje ocena trafności klasyfikacji na podstawie modelu).</p>	<p>S2aK_W02</p> <p>S2aK_W04</p> <p>S2aK_W08</p> <p>S2aK_U02</p> <p>S2aK_U05</p> <p>S2aK_K01</p> <p>S2aK_K04</p>

							<p>7. Metody segmentacja rynku. Wykorzystanie wybranych miar syntetycznych (syntetyczny miernik rozwoju Hellwiga, wskaźnik względnego poziomu rozwoju) do klasyfikacji obiektów ekonomicznych (konsumentów, odbiorców, towarów) opisanych wieloma cechami.</p> <p>8. Metody sporządzania rankingów i grupowania obiektów Tornquista I, II i III rodzaju.</p> <p>9. Indeksy indywidualne i agregatowe. Zastosowania.</p> <p>10. Identyfikacja czynników mających wpływ na decyzję zakupu – analiza dyskryminacji: dobór zmiennych diagnostycznych, sformułowanie modelu.</p>		
2.	Socjologia stylów życia			N	specjalnościowy	20	3	<p>1. Styl, maniera, gust, smak, piękno w teorii sztuki i estetyce.</p> <p>2. Styl życia w teorii klasy różniaczej T. Veblena.</p> <p>3. Styl życia, etos, Lebensführung i typ idealny w socjologii M. Webera.</p> <p>4. Styl życia w badaniach położenia stanowego – socjologiczna praktyka badań stylu życia.</p> <p>5. Styl w kulturze i styl kultury w teorii kultury A.L. Kroebera.</p> <p>6. Styl życia w ujęciu P. Bourdieu i A. Giddensa.</p> <p>7. Badania stylu życia jako formy uczestnictwa w kulturze.</p> <p>8. Styl życia jako autonomiczny przedmiot badań naukowych, metodologia badań.</p> <p>9. Stylistyka teoretyczna w Polsce i na świecie, socjologia badanie stylów mowy, badanie stylu w analizie dyskursu.</p>	<p>S2aK_W01</p> <p>S2aK_W05</p> <p>S2aK_W09</p> <p>S2aK_U03</p> <p>S2aK_U11</p> <p>S2aK_K06</p> <p>S2aK_K07</p>

3.	Badania edukacyjne			N	specjalnościowy	20	3	<p>1. Korzystanie z wyników European Social Survey za pomocą przeglądarki.</p> <p>2. Schematy badawcze. Wywiad kwestionariuszowy. Replikacja zadań za pomocą pakietu R.</p> <p>3. Ankieta wypełniana samodzielnie. Cechy metryczkowe. Tabele krzyżowe. Korelacje i inne miary siły związku. Dobór próby. Wnioskowanie statystyczne. Badania jakościowe i ilościowe.</p> <p>4. Przedziały ufności. Testy statystyczne. Rzetelność i trafność pomiaru.</p> <p>5. Pomiar wielowskaźnikowy. Obliczanie rzetelności pojedynczych miar i skal. Analizy czynnikowa. Schematy badania zmian. Analiza zmian i trendów metodą regresji liniowej.</p> <p>6. Interpretacja parametrów regresji liniowe.</p> <p>7. Archiwa danych w Polsce i na świecie.</p> <p>8. Zasady dostępu do danych.</p>	<p>S2aK_K06</p> <p>S2aK_K02</p> <p>S2aK_U07</p> <p>S2aK_U02</p> <p>S2aK_W08</p> <p>S2aK_W06</p>
4.	Marketing polityczny			N	specjalnościowy	30	4	<p>1. Zadowolenie klienta jako cel działalności marketingowej: – całkowita wartość i całkowity koszt dla klienta, – poziomy satysfakcji klienta.</p> <p>2. Analiza otoczenia marketingowego: – analiza potrzeb i trendów w makrootoczeniu.</p> <p>Zachowania wyborcze – podstawowe koncepcje – cz. 1.</p> <p>3. Zachowania wyborcze – podstawowe koncepcje – cz. 2.</p> <p>4. Etapy marketingowej kampanii wyborczej: fazy badań, planowania i implementacji – omówienie ogólne.</p>	<p>S2aK_W02</p> <p>S2aK_W03</p> <p>S2aK_W06</p> <p>S2aK_U01</p> <p>S2aK_U06</p> <p>S2aK_K04</p> <p>S2aK_K05</p>

							<p>5. Faza planowania: strategia, jej budowa i koncepcje strategii w marketingu politycznym.</p> <p>6. Telewizyjna reklama polityczna – typy reklam, ich prezentacja i omówienie.</p> <p>7. System medialny państwa jako forum debaty publicznej i przestrzeń realizacji marketingu politycznego.</p> <p>8. Media publiczne w Polsce a marketing polityczny.</p> <p>9. Autoprezentacja jako podstawowe narzędzie polityka w kampanii wyborczej.</p>		
5.	Socjologia pracy			N	specjalnościowy	30	4	<p>1. Przedmiot badań socjologii pracy.</p> <p>2. Znaczenie pracy we współczesnym świecie.</p> <p>3. Zawód w ujęciu socjologii.</p> <p>4. Zakład pracy i jego społeczność.</p> <p>5. Stosunki międzyludzkie w zakładzie pracy.</p> <p>6. Czas (w) pracy.</p> <p>7. Motywacja do pracy.</p> <p>8. Zjawiska dezorganizujące i patologiczne w zakładzie pracy.</p> <p>9. Praca w dobie migracji.</p> <p>10. Prekariat.</p> <p>11. Praca kobiet.</p> <p>12. Przyszłość pracy.</p>	<p>S2aK_W04</p> <p>S2aK_W07</p> <p>S2aK_W09</p> <p>S2aK_U01</p> <p>S2aK_U07</p> <p>S2aK_K01</p> <p>S2aK_K04</p>
6.	Zastosowanie zogniskowanych i indywidualnych wywiadów grupowych w badaniach rynku i opinii			N	specjalnościowy	30	3	<p>1. Specyfika zogniskowanych wywiadów grupowych: teoretyczna część warsztatu.</p> <p>2. Rola wywiadu w badaniach jakościowych; czym są zogniskowane wywiady grupowe; relacje pomiędzy indywidualnym wywiadem pogłębionym (IDI) a zogniskowanym wywiadem grupowym (FGI).</p> <p>3. Rodzaje wywiadów grupowych; dobór próby i rekrutacja do FGI;</p>	<p>S2aK_K03</p> <p>S2aK_K06</p> <p>S2aK_U07</p> <p>S2aK_U05</p> <p>S2aK_U02</p> <p>S2aK_W08</p> <p>S2aK_W06</p>

								<p>scenariusz wywiadu FGI; techniki wspomagające i projekcyjne; umiejętność zadawania pytań; analiza materiału empirycznego.</p> <p>4. Sztuka prowadzenia wywiadu: cechy dobrego moderatora; praca ze scenariuszem; prowadzenie wywiadu.</p> <p>5. Sztuka prowadzenia wywiadu: samodzielna realizacja wywiadów.</p> <p>6. Techniki dodatkowe – rodzaje, cele, rezultaty.</p> <p>7. Problemy etyczne badań fokusowych.</p>	
7.	Etnografia w badaniach rynku			N	specjalnościowy	15	3	<p>1. Specyfika badań etnograficznych.</p> <p>2. Obserwacja w badaniach etnograficznych: psychologiczne, społeczne i kulturowe.</p> <p>3. Aspekty postrzegania, techniki prowadzenia obserwacji i jej rejestracji, opis obiektu, obserwacja zachowań, opis a wyjaśnianie, opis a wiedza badacza.</p> <p>4. Rozmowa naturalna, wypowiedzi spontaniczne i wywołane, wywiad (typy wywiadu, style prowadzenia wywiadu, techniki zapisu wywiadu, psychologiczne, społeczne i kulturowe aspekty kontaktu badacza z informatorem).</p> <p>5. Metoda biograficzna i wywiad narracyjny; wywiady grupowe (badania fokusowe).</p> <p>6. Materiały i metody wizualne w badaniu etnograficznym.</p> <p>7. Techniki projekcyjne w badaniu etnograficznym.</p> <p>8. Metoda monograficzna i typy studiów przypadku – i ich charakterystyka.</p>	<p>S2aK_W05</p> <p>S2aK_U02</p> <p>S2aK_K01</p>

8.	Trening umiejętności negocjacyjnych			N	specjalnościowy	20	2	<p>1. Negocjatorzy i mediatorzy. Czynniki wpływające na rozpoczęcie i przebieg negocjacji i mediacji.</p> <p>2. Model komunikacji interpersonalnej, kompetencja komunikacyjna negocjatora i mediatora, szumy informacyjne, komunikacja werbalna i niewerbalna, budowanie zaufania, przekazywanie informacji zwrotnych, komunikaty ty i komunikaty ja, język możliwości i język ograniczeń.</p> <p>3. Aktywne słuchanie w negocjacjach i mediacjach.</p> <p>4. Perswazja w negocjacjach i mediacjach.</p> <p>5. Style negocjacji, negocjowanie oparte na zasadach, koncentracja na stanowiskach a koncentracja na interesach, przygotowanie do negocjacji i realizacja negocjacji, etyka w negocjacjach.</p> <p>6. Strategia a taktyka negocjacyjna, wykorzystanie technik negocjacyjnych, planowanie strategii negocjacyjnej, opracowanie taktyki, wykorzystanie technik negocjacyjnych, obrona przed nieuczciwymi trikami negocjacyjnymi.</p>	<p>S2aK_K04 S2aK_K08 S2aK_U03 S2aK_W06</p>
9.	Socjologia komunikacji i mediów			N	specjalnościowy	20	3	<p>1. Istota słowa i gestu – zasady i znaczenie skutecznej komunikacji werbalnej i niewerbalnej dla budowania relacji z innymi.</p> <p>2. Diagnoza partnera komunikacji – dostosowanie sposobu komunikacji do wieku, płci, wykształcenia i nastawienia rozmówcy. Płeć jako dyskurs – stereotypy płci versus nowe wizerunki kobiet i mężczyzn w mediach.</p>	<p>S2aK_W03 S2aK_W05 S2aK_U06 S2aK_U07 S2aK_K04 S2aK_K06</p>

							<p>3. Strategie komunikowania się z osobami o biernych oraz agresywnych typach osobowości.</p> <p>4. Wyznaczanie granic – wybrane techniki zachowań asertywnych.</p> <p>5. Radzenie sobie w sytuacjach konfliktowych.</p> <p>6. Wywieranie wpływu na ludzi.</p> <p>7. Etykieta w relacji z cudzoziemcem.</p> <p>8. Czarny PR.</p>		
10.	Spółeczeństwo obywatelskie			N	specjalnościowy	20	3	<p>1. Idea i wartości społeczeństwa obywatelskiego.</p> <p>2. Teoretyczne problemy społeczeństwa obywatelskiego.</p> <p>3. Koncepcja demokracji partycypacyjnej jako politycznego kontekstu społeczeństwa obywatelskiego.</p> <p>4. Pozycja jednostki w państwie i prawie: obowiązki obywateli i standardy praw chronionych.</p> <p>5. Partycypacja obywateli w sprawowaniu władzy publicznej i uczestnictwo w wykonywaniu administracji.</p> <p>6. Inicjatywy obywatelskie.</p> <p>7. Obywatel a zasady demokratycznego państwa prawnego i obywatel jako podmiot społeczeństwa obywatelskiego.</p> <p>8. Zasady jawności i otwartości w administracji a idea społeczeństwa informacyjnego.</p> <p>9. Procedury podejmowania decyzji politycznych w społeczeństwie obywatelskim (wybory, referendum, konsultacje społeczne i inne).</p> <p>10. Charakterystyka wybranych koncepcji społeczeństwa obywatelskiego (modele</p>	<p>S2aK_W03</p> <p>S2aK_W04</p> <p>S2aK_W07</p> <p>S2aK_U03</p> <p>S2aK_U06</p> <p>S2aK_K04</p> <p>S2aK_K06</p>

							historyczne i współczesne, m.in. demokratyczna obywatelskość okresu polis, ideał republikański obywatela Rzymu, społeczeństwa obywatelskie w cywilizacji łańcińskiej, modele postindustrialne i współczesne – G. Hillery, G.H. Mead, R.S. Lynd, W.L. Warner, F. Koneczny, E. Abramowski, A. Gramsci, J. Kuroń, J. Habermans). 11. Społeczeństwo obywatelskie a społeczeństwo polityczne. 12. Idea społeczeństwa bez państwa politycznego.		
11.	Regionalne i lokalne procesy przemian			N	specjalnościowy	30	3	<p>1. Idee zmiany i trwania rzeczywistości społecznej. Czas społeczny i przestrzeń społeczna. Zmiany powtarzające się i zmiany kierunkowe.</p> <p>2. Pojęcie zmiany społecznej – rodzaje i czynniki zmian, typologie procesów społecznych, idee postępu, rozwoju i regresu.</p> <p>3. Tradycja i jej funkcje, aspekty nowoczesności i globalizacja społeczeństwa ludzkiego (Weber, Inkeles, Giddens, Robertson).</p> <p>4. Cykliczne wizje procesu dziejowego (myśl antyczna, Vico, Spengler, Toynbee).</p> <p>5. Teoretyczne modele zmian cyklicznych (Pareto i Sorokin).</p> <p>6. Kierunkowe ujęcie dziejów i koncepcje ładu samorządnego (Kant, Hegel, Smith, Hayek).</p> <p>7. Klasyczny ewolucjonizm (Comte, Spencer, Durkheim, Toennies).</p> <p>8. Neowolucjonizm, modernizacyjne wizje zmiany i rozwoju (Elias, White, Steward, Lenski, Sahlins, Parsons, Rostow).</p>	S2aK_W04 S2aK_W06 S2aK_W07 S2aK_U02 S2aK_U05 S2aK_K02 S2aK_K04

							<p>9. Klasyczne teorie konfliktu (Marks, Simmel, Dahrendorf, Coser).</p> <p>10. Cechy społeczeństwa postindustrialnego (Bell, Naisbitt).</p> <p>11. Teorie zależności i systemu światowego (Frank, Wallerstein).</p> <p>12. Kulturowa teoria konfliktu i kwestia płci kulturowej (Bourdieu, gender).</p> <p>13. Funkcjonalne i neofunkcjonalne modele zmian społecznych (Parsons, Merton, Habermas, Luhmann).</p> <p>14. „Trzecia fala”, „koniec historii” i „wojna cywilizacji” (Toffler, Fukuyama, Huntington).</p> <p>15. Późnonowoczesne społeczeństwo ciągłej zmiany (Bauman, Giddens). Rozchwianie aksjologiczne społeczeństwa i ładu instytucjonalnego.</p>		
12.	Społeczeństwo innowacyjne			N	specjalnościowy	20	3	<p>1. Definicja innowacji, rozumienie innowacji.</p> <p>2. Innowacyjność a rozwój gospodarczy. Zmiana społeczna.</p> <p>3. Cechy charakterystyczne społeczeństwa innowacyjnego.</p> <p>4. Rodzaje innowacji.</p> <p>5. Wskaźniki innowacyjności w społeczeństwie polskim w perspektywie badań empirycznych.</p> <p>6. Startupy i ich znaczenie dla rozwoju gospodarczego. Inkubatory przedsiębiorczości.</p> <p>7. Linearny wzrost gospodarczy a model gospodarki o biegu zamkniętym. Recykling.</p> <p>8. Odpowiedzialność w gospodarowaniu zasobami</p>	<p>S2aK_W04</p> <p>S2aK_W06</p> <p>S2aK_W09</p> <p>S2aK_U02</p> <p>S2aK_U07</p> <p>S2aK_K05</p>

								<p>środowiska. Zasada zrównoważonego rozwoju.</p> <p>9. Cyfryzacja procedur funkcjonowania państwa.</p> <p>Innowacje codziennych praktyk społecznych.</p>	
13.	Kurs w wybranym języku nowożytnym (dla jęz. ang.: Consumerism in modern societies)		W	N	specjalnościowy	30	4	<p>1. Konsumpcja – podstawowe kategorie z zakresu socjologii i antropologii konsumpcji.</p> <p>2. Oczekiwania i aspiracje konsumpcyjne w polskim społeczeństwie i ich przemiany.</p> <p>3. Dawne i współczesne bariery utrudniające realizację aspiracji konsumpcyjnych.</p> <p>4. Indywidualne i rodzinne strategie służące podniesieniu poziomu konsumowania.</p> <p>5. Społeczny kontekst i uwarunkowania jakości i poziomu konsumpcji gospodarstw domowych, bariery utrudniające osiągnięcie pożądanego poziomu konsumpcji.</p> <p>6. Materialne rozwarstwienie polskiego społeczeństwa: przyczyny, skala, sposoby pomiaru i opisu.</p> <p>7. Społeczne funkcje konsumpcji.</p>	<p>S2aK_W05</p> <p>S2aK_W08</p> <p>S2aK_U09</p> <p>S2aK_K08</p>
14.	Badania polityczne			N	specjalnościowy	20	2	<p>1. Problem struktury i podmiotu badania w naukach politycznych i naukach o polityce publicznej.</p> <p>2. Badania jakościowe w naukach politycznych i naukach o polityce publicznej.</p> <p>3. Badania ilościowe w naukach politycznych i naukach o polityce publicznej.</p> <p>4. Metoda porównawcza: między naukami o polityce i naukami o polityce publicznej.</p>	<p>S2aK_W02</p> <p>S2aK_W09</p> <p>S2aK_U05</p> <p>S2aK_U07</p> <p>S2aK_K02</p>

								5. Dynamika współczesnych paradygmatów badawczych w naukach o polityce i polityce publicznej.	
15.	Opinia publiczna			N	specjalnościowy	30	4	<p>1. Sondaże opinii publicznej a publikowanie wyników badań.</p> <p>2. Opisywanie rzeczywistości za pomocą zmiennych.</p> <p>3. Metody ilościowe: dobieranie wskaźników, budowa indeksu.</p> <p>4. Walidacja wewnętrzna i zewnętrzna.</p> <p>5. Dobór próby.</p> <p>6. Obliczanie błędu standardowego: poziomy i przedziały ufności.</p> <p>7. analiza treści i samodzielne definiowanie aktorów dyskursu, stawianie hipotez dotyczących wpływu na opinię publiczną.</p> <p>8. Miary trafności prognoz. Głosowanie strategiczne. Wpływ konformizmu na deklaracje. Zmiana poglądów pod wpływem informacji z sondaży. Bodźce wpływające na zmianę preferencji.</p> <p>9. Opinia publiczna a media.</p> <p>10. Wiarygodność programów informacyjnych i publicystycznych – wyniki badań sondażowych.</p> <p>11. Zjawisko spirali milczenia i jego konsekwencje. Założenia i mechanizm spirali milczenia. Wpływ mediów na kształtowanie się zjawiska.</p>	<p>S2aK_K08</p> <p>S2aK_K04</p> <p>S2aK_U11</p> <p>S2aK_U10</p> <p>S2aK_U01</p> <p>S2aK_W08</p> <p>S2aK_W01</p>

2b. Wykaz zajęć (przedmiotów) dla specjalności organizacja i analiza przestrzeni publicznej (moduł 7) z odniesieniem do kierunkowych efektów uczenia się

L.p.	Nazwa zajęć (przedmiotu)	H/S	W	P/N	Typ zajęć (przedmiotu) (np. specjalnościowy, modułowy)	Łączna liczba godzin	Łączna liczba punktów ECTS	Treści programowe	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbole KEU)
1.	Socjologia życia publicznego			N	specjalnościowy	30	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partycypacja obywateli w realizacji usług publicznych. 2. Dialog publiczny i deliberacja jako formy oddziaływania obywateli na kształt spraw publicznych. 3. Specyfika spraw publicznych na poziomie centralnym – aktorzy, cele, instrumenty realizacji. 4. Specyfika życia społecznego na poziomie lokalnym – aktorzy, cele, instrumenty realizacji. 5. Specyfika jednostki terytorialnej i jej wpływ na sposób kreowania i realizacji życia publicznego. 6. Petycja obywatelska – jako forma udziału w życiu publicznym. 7. Kultura debatowania i dyskusowania. 8. Sztuka przemawiania i wystąpień publicznych. 9. Sztuka negocjacji. 	S2aK_W02 S2aK_W03 S2aK_W05 S2aK_U02 S2aK_U06 S2aK_K04 S2aK_K05
2.	Socjologia polityki			N	specjalnościowy	20	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Socjologia polityki jako dyscyplina naukowa. 2. Władza – teorie i koncepcje. 3. Legitymizacja władzy. 4. Elity władzy. 5. Biurokracja. 6. Zachowania polityczne. 7. Modele władzy na szczeblu lokalnym. 8. Opinia publiczna. 	S2aK_W03 S2aK_W07 S2aK_U03 S2aK_U11 S2aK_K05 S2aK_K07

							9. Kultura polityczna. 10. Ruchy społeczne. 11. Demokracja. 12. Komunikacja polityczna.		
3.	Komunikowanie społeczne			N	specjalnościowy	30	3	<p>1. Analiza procesu komunikacji. 2. Kontakt a komunikowanie się ludzi. 3. Rola i znaczenie komunikacji niewerbalnej w procesie porozumiewania się. 4. Kontrola przebiegu rozmowy. 5. Zasady satysfakcjonującego porozumiewania się. 6. Umiejętności interpersonalne. 7. Konflikty interpersonalne i możliwości ich rozwiązywania. 8. Teoria i praktyka negocjacji. Style negocjowania. 9. Harwardzki sposób negocjowania. 10. Sztuka mediacji. 11. Radzenie sobie z trudnymi sytuacjami w negocjacjach i mediacjach. 12. Pojęcie wpływu społecznego i jego rodzaje. 13. Sposoby wywierania wpływu. 14. Techniki manipulacyjne i możliwości obrony przed nimi.</p>	<p>S2aK_W06 S2aK_W08 S2aK_U02 S2aK_U03 S2aK_K04 S2aK_K05</p>
4.	Instytucje wsparcia społecznego			N	specjalnościowy	15	2	<p>1. Instytucje wsparcia naturalnego. 2. Diagnoza wsparcia społecznego w środowisku lokalnym. 3. Rodzina jako grupa społeczna oraz instytucja społeczna. 4. Grupy rówieśnicze jako instytucje wsparcia. 5. Inne grupy pierwotne i ich rola wsparcia jednostki w sytuacji kryzysu. 6. Instytucje wsparcia intencjonalnego lub celowego. 7. Funkcje Ośrodków Opieki.</p>	<p>S2aK_W08 S2aK_W09 S2aK_U06 S2aK_K06</p>

							8. Funkcje Doradztwa Życiowego i Społecznego. 9. Instytucje wsparcia pośredniego. 10. Funkcje organizacji społecznych a wsparcie społeczne. 11. Funkcje wspólnoty religijnej a wsparcie społeczne. 12. Funkcje organizacji pozarządowych a wsparcie społeczne. 13. Funkcje administracji samorządowej a wsparcie społeczne. 14. Funkcje administracji państwowej a wsparcie społeczne. 15. Perspektywy funkcjonowania społeczności lokalnej. 16. Współczesne trendy wsparcia społecznego w Unii Europejskiej.		
5.	Badania opinii publicznej			N	specjalnościowy	20	3	1. Opinia społeczna – koncepcje i ujęcia teoretyczne. 2. Spirala milczenia, czym jest opinia publiczna? 3. Charakterystyka badań opinii społecznej, historia i stan obecny. 4. Funkcje badania opinii publicznej w ustroju demokratycznym. 5. Folklor badań opinii społecznej – konsultacje, telesondy, referenda. 6. Zasady publikowania wyników badań w mediach. Badania wyborcze – sondaże exit poll, late poll. 7. Sondaże a manipulowanie społeczeństwem. 8. Techniki badań opinii społecznej (PAPI, CAPI, CATI, CAWI) – podobieństwa i różnice.	S2aK_W06 S2aK_W08 S2aK_U04 S2aK_U05 S2aK_K03
6.	Budowanie strategii rozwoju			N	specjalnościowy	20	3	1. Strategia – istota, typy i znaczenie w zarządzaniu rozwojem lokalnym. 2. Implementacja i realizacja strategii.	S2aK_W06 S2aK_W08 S2aK_U02

							<p>3. Monitorowanie i ocena realizacji strategii.</p> <p>4. Proces zarządzania strategicznego.</p> <p>5. Realizatorzy zarządzania strategicznego.</p> <p>6. Zasoby jako źródło przewagi konkurencyjnej.</p> <p>7. Metody analizy strategicznej (analiza SWOT, macierz BCG, itp.).</p> <p>8. Zasady europejskiej polityki regionalnej UE – generalne, organizacja polityki regionalnej, finansowanie, ocena realizacji programów.</p>	<p>S2aK_U04</p> <p>S2aK_U06</p> <p>S2aK_K05</p> <p>S2aK_K06</p>	
7.	Socjologiczne aspekty bezpieczeństwa			N	specjalnościowy	30	3	<p>1. Wprowadzanie do socjologii bezpieczeństwa, geneza i cechy naukowej refleksji nad społeczeństwem.</p> <p>2. Wizje epoki – społeczeństwo ryzyka, społeczeństwo sieci, późna nowoczesność a bezpieczeństwo.</p> <p>3. Bezpieczeństwo i lęk, poczucie i potrzeba bezpieczeństwa.</p> <p>4. Socjologiczne regulatory bezpieczeństwa: normy i wartości społeczne, zaufanie społeczne i konsekwencje ufności.</p> <p>5. Socjologia marginalizacji, wykluczenia, patologii społecznej.</p> <p>6. Konflikty społeczne w perspektywie socjologicznej.</p>	<p>S2aK_W04</p> <p>S2aK_W07</p> <p>S2aK_U01</p> <p>S2aK_U07</p> <p>S2aK_K01</p> <p>S2aK_K06</p>
8.	Wybrane zagadnienia z prawa publicznego			N	specjalnościowy	30	4	<p>1. Podstawy zagadnień prawnych: system prawa, struktura aktów prawnych, prawa człowieka, wykładnia prawna. Prawo o zakładach opieki zdrowotnej.</p> <p>2. Ubezpieczenia. Rodzaje. Regulacje prawne. Ustawa o powszechnym ubezpieczeniu zdrowotnym.</p>	<p>S2aK_W02</p> <p>S2aK_W07</p> <p>S2aK_U02</p> <p>S2aK_U05</p>

							<p>3. Odpowiedzialność zawodowa, cywilna, karna i służbowa.</p> <p>4. Wybrane aspekty prawa administracyjnego.</p> <p>5. Wybrane aspekty prawa pracy.</p> <p>6. Prawa i obowiązki pracowników.</p> <p>7. Wybrane aspekty prawa handlowego.</p> <p>8. Prawne aspekty wykonywania zawodów medycznych.</p> <p>9. Samorządy i związki zawodowe.</p> <p>10. Prawa pacjenta.</p> <p>11. Ustawa o Zakładach Opieki Zdrowotnej.</p> <p>12. Odpowiedzialność w zawodach medycznych: odpowiedzialność cywilna, karna, pracownicza, zawodowa.</p> <p>13. Dokumentacja medyczna – uregulowania prawne.</p>		
9.	Ekonomia społeczna i CSR			N	specjalnościowy	30	4	<p>1. Podstawowe pojęcia i przedmiot ekonomii – rynek, popyt, podaż.</p> <p>2. Wzrost gospodarczy i cykle koniunkturalne.</p> <p>3. Bezrobocie i Inflacja.</p> <p>4. Rola i funkcje państwa w gospodarce.</p> <p>5. Zarys historii gospodarczej XX wieku – pojęcia i zagadnienia ekonomii politycznej.</p> <p>6. Keynesizm i ekonomia neoklasyczna.</p> <p>7. Współczesne systemy społeczno-ekonomiczne – Porównanie: Szwecja vs. USA.</p> <p>8. Ekonomia społeczna/ przedsiębiorczość społeczna – zarys problematyki.</p> <p>9. Stara ekonomia społeczna: ruch spółdzielczy i wzajemnościowe formy samopomocy.</p>	<p>S2aK_W03</p> <p>S2aK_W05</p> <p>S2aK_W08</p> <p>S2aK_U02</p> <p>S2aK_U07</p> <p>S2aK_K02</p> <p>S2aK_K04</p>

								<p>10. Nowa ekonomia społeczna: przedsiębiorstwo społeczne jako struktura hybrydowa.</p> <p>11. Charakterystyka przedsiębiorczości społecznej.</p> <p>12. Rynkowe strategie walki z biedą i wykluczeniem społecznym.</p> <p>13. Reintegracja społeczna i zawodowa.</p>	
10.	Edukacja obywatelska			N	specjalnościowy	20	3	<p>1. Pojęcie, klasyfikacja, systemy, zadania edukacji obywatelskiej.</p> <p>2. Społeczeństwo obywatelskie – jego istota i problemy.</p> <p>3. Patriotyzm – przykłady rozumienia pojęcia.</p> <p>4. Demokracja – istota i źródła, typy, deformacje.</p> <p>5. Zagrożenia demokracji.</p> <p>6. Aktywność i „wycofanie” obywatelskie.</p> <p>7. Problemy wspólnoty międzynarodowej (terroryzm, wielokulturowość, migracje, wojny, ekologia).</p> <p>8. Problematyka państwa i prawa.</p> <p>9. Rozumienie i praktyka (i) tolerancji. Główne ideologie edukacyjne.</p> <p>10. Język przekazów medialnych, zarys modeli naukowych. Aktualne dominujące procesy społeczne.</p> <p>11. Zależności pomiędzy strukturami życia społecznego: gospodarka, polityka, procesy społeczne.</p> <p>12. Deficyty i dylematy życia społecznego.</p> <p>13. Postawy obywatelskie współczesnych Polaków.</p>	<p>S2aK_K06</p> <p>S2aK_K01</p> <p>S2aK_U08</p> <p>S2aK_U03</p> <p>S2aK_W09</p> <p>S2aK_W05</p>

11.	Kurs w wybranym języku nowożytnym (dla jęz. ang.: Consumerism in modern societies)		W	N	specjalnościowy	30	4	<p>1. Konsumpcja – podstawowe kategorie z zakresu socjologii i antropologii konsumpcji.</p> <p>2. Oczekiwania i aspiracje konsumpcyjne w polskim społeczeństwie i ich przemiany.</p> <p>3. Dawne i współczesne bariery utrudniające realizację aspiracji konsumpcyjnych.</p> <p>4. Indywidualne i rodzinne strategie służące podniesieniu poziomu konsumowania.</p> <p>5. Społeczny kontekst i uwarunkowania jakości i poziomu konsumpcji gospodarstw domowych, bariery utrudniające osiągnięcie pożądanego poziomu konsumpcji.</p> <p>6. Materialne rozwarstwienie polskiego społeczeństwa: przyczyny, skala, sposoby pomiaru i opisu.</p> <p>7. Społeczne funkcje konsumpcji.</p>	S2aK_W05 S2aK_W08 S2aK_U09 S2aK_K08
12.	Społeczeństwo innowacyjne			N	specjalnościowy	20	3	<p>1. Społeczeństwo informacyjne uwarunkowania historyczne, rozwój koncepcji.</p> <p>2. Społeczeństwo informacyjne w świetle uregulowań prawnych Unii Europejskiej i ustawodawstwa krajowego.</p> <p>3. Informatyzacja życia publicznego w Polsce i Europie.</p> <p>4. Priorytetowe obszary polityki UE w kontekście rozwoju społeczeństwa informacyjnego (e-inclusion, e-health, e-integration, e-democracy).</p> <p>5. Społeczeństwo informacyjne w polityce regionalnej.</p> <p>6. Przygotowanie i zarządzanie innowacyjnymi projektami z obszaru społeczeństwa informacyjnego.</p>	S2aK_W04 S2aK_W06 S2aK_W09 S2aK_U02 S2aK_U07 S2aK_K05

								7. Elektroniczne zarządzanie administracją publiczną stan obecny i perspektywy.	
13.	Analiza dyskursu publicznego			N	specjalnościowy	20	3	<p>1. Wprowadzenie do teorii dyskursu jako elementu pragmatyki językowej.</p> <p>2. Poziomy komunikacji i elementy sieci komunikacyjnych.</p> <p>3. Dyskurs medialny jako zjawisko naukowe i publicystyczne.</p> <p>4. Analiza dyskursu jako analiza tekstu. Analiza dyskursu w odniesieniu do różnych kanałów medialnych.</p> <p>5. Intencjonalność i jej granice w dyskursie medialnym.</p> <p>6. Performatywna charakterystyka prasy na wybranych przykładach.</p> <p>7. Komunikacyjne i medialne usieciwienie polityki.</p> <p>8. Komunikacyjne i medialne usieciwienie sportu.</p> <p>9. Projektowanie odbiorcy w mediach; granice wolności osobistej odbiorcy.</p>	<p>S2aK_W03</p> <p>S2aK_W04</p> <p>S2aK_W08</p> <p>S2aK_U03</p> <p>S2aK_U05</p> <p>S2aK_K01</p> <p>S2aK_K02</p>
14.	Socjologia organizacji i zarządzania			N	specjalnościowy	30	4	<p>1. Socjologia jako nauka. Socjologia ogólna a socjologia szczegółowa.</p> <p>2. Geneza socjologicznych zainteresowań problematyką organizacji.</p> <p>3. Klasycy socjologii, jako przedstawiciele głównych kierunków w historii myśli socjologicznej i ich poglądy na organizację.</p> <p>4. Znaczenie pojęcie "organizacja". Funkcje, cechy i typologie organizacji. Nowe formy organizacji.</p> <p>5. Struktury współżycia ludzi: wspólnoty i zrzeszenia.</p> <p>6. Komunikacja i informacja w organizacji.</p>	<p>S2aK_W02</p> <p>S2aK_W04</p> <p>S2aK_W07</p> <p>S2aK_U04</p> <p>S2aK_U07</p> <p>S2aK_K03</p> <p>S2aK_K05</p>

							<p>7. Kultura organizacyjna.</p> <p>8. Konflikt w organizacji i sposoby jego rozwiązania.</p> <p>9. Przywództwo i władza w organizacji. Wzór osobowy pracownika i przełożonego.</p> <p>10. Kierowanie ludźmi w organizacji.</p> <p>11. Patologia społeczna w organizacji, w tym korupcja. Rozwiązania antykorupcyjne na świecie i w Polsce.</p> <p>12. Organizacja a administracja.</p> <p>13. Podstawowe pojęcia socjologii (w tym socjologii organizacji).</p> <p>14. Teorie w organizacji (teoria naukowego zarządzania, kierunek administracyjny, szkoła human relations).</p> <p>15. Badania socjologiczne nad organizacją.</p> <p>16. Biurokracja w ujęciu M. Webera. Organizacje biurokratyczne i ich cechy.</p>		
15.	Globalne procesy społeczne			N	specjalnościowy	20	3	<p>1. Diagnoza współczesności – socjologiczne refleksje nad kontekstem globalizacji.</p> <p>2. Globalizacja – wieloznaczność pojęcia.</p> <p>3. Podłoże i rozwój historyczny globalnych procesów społecznych.</p> <p>4. Pozytywne ujęcie globalizacji.</p> <p>5. Negatywne ujęcie globalizacji (antyglobalizm a alterglobalizm a idea zrównoważonego rozwoju).</p> <p>6. Spory o przyszłość współczesnego świata w kontekście postępujących procesów globalizacji (przeгляд koncepcji).</p> <p>7. Metropolizacja jako następstwo globalizacji w przestrzeni lokalnej.</p>	<p>S2aK_W05</p> <p>S2aK_W09</p> <p>S2aK_U02</p> <p>S2aK_K01</p> <p>S2aK_K04</p>

								8. Migracje oraz ich społeczne i kulturowe konsekwencje. 9. Tożsamość narodowa w obliczu globalizacji. 10. Władza, państwo narodowe i demokracja w kontekście wyzwań globalnych. 11. Demokracja a kapitalizm – sprawiedliwość a efektywność w społeczeństwie globalnym. 12. Europejski model społeczny a polityczno-ekonomiczne wyzwania globalizacji. 13. Globalne korporacje na mikro-rynkach. 14. Oddziaływanie procesów globalnych na funkcjonowanie krajów Trzeciego Świata.	
--	--	--	--	--	--	--	--	---	--

3. Zasady i formy odbywania praktyk zawodowych dla kierunku studiów o profilu praktycznym, a w przypadku kierunku studiów o profilu ogólnoakademickim – jeżeli program studiów przewiduje praktyki

NIE DOTYCZY

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

Wydział Nauk Społecznych Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie prowadzi weryfikację zakładanych efektów uczenia się na wszystkich etapach kształcenia. Weryfikacja obejmuje wszystkie kategorie obszarów (wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne). Dokumentowana jest na bieżąco w protokołach zaliczenia przedmiotu i w kartach okresowych osiągnięć studenta w postaci podpisanych wydruków danych elektronicznych. Ponadto prace zaliczeniowe, seminaryjne, egzaminacyjne oraz inne materiały stanowiące potwierdzenie zdobycia przez studenta założonych w programie studiów efektów uczenia się w formie papierowej i elektronicznej są archiwizowane w archiwum UPJPII.

Końcowa weryfikacja osiągnięcia efektów uczenia się odbywa się poprzez obronę pracy dyplomowej i złożenie egzaminu magisterskiego.

Przyjmuje się, że:

1. egzamin lub zaliczenie kończące przedmiot może mieć formę pisemną lub ustną. Uzyskanie oceny pozytywnej jest jednoznaczne z tym, że student opanował, przynajmniej w stopniu co najmniej dostatecznym, wiedzę i umiejętności przewidziane programem danego przedmiotu; w przypadku przedmiotów, w ramach których oprócz wykładu prowadzone są ćwiczenia, przed przystąpieniem do egzaminu student uzyskuje zaliczenie ćwiczeń.
2. zaliczenia z przedmiotów, które nie kończą się egzaminem następują np. po napisaniu przez studenta pracy pisemnej (testu, referatu, itp.), uzyskuje się przez zaliczenie ustne lub inną formę weryfikacji odpowiedniego do zakładanych efektów uczenia się, a wyszczególnioną w sylabusach.

Do najczęściej stosowanych metod weryfikacji osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się należą:

- a. egzaminy pisemne i ustne ograniczone czasowo,
- b. egzaminy pisemnie i ustne z dostępem i bez dostępu do materiałów dydaktycznych,
- c. samodzielnie przygotowywane prace pisemne,
- d. ocenianie ciągle,
- e. kolokwium,
- f. prezentacje multimedialne prowadzone i przygotowywane indywidualnie lub grupowo,
- g. przygotowanie projektu,
- h. przygotowanie referatu lub wystąpienia np. na konferencji naukowej,
- i. wypowiedzi ustne, aktywność w dyskusji,
- j. zadania wykonywane w grupie, zarówno trakcie zajęć z nauczycielem akademickim, jak i w trakcie czasu przeznaczanego na prace własne studenta,
- k. analiza przypadków, tzw. *case study*,
- l. ocena pracy przy przygotowywaniu pracy dyplomowej,
- m. egzamin dyplomowy/obrona pracy.

Troska o weryfikację i ocenę osiągniętych przez studenta efektów uczenia się jest ważnym elementem procesu edukacji. Dlatego zaprezentowano szeroką gamę metod ich sprawdzania. Dzięki niej zostaną zrealizowane postulaty wynikające z założeń Krajowych Ram Kwalifikacyjnych, a studenci zyskają poczucie satysfakcji z rzetelnej weryfikacji i oceny swej pracy.

Objaśnienie oznaczeń:

H/S – zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych / zajęcia z dziedziny nauk społecznych (student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych, łącznie nie mniejszą niż 5 punktów ECTS – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne)

W – zajęcia do wyboru (zajęcia, którym przypisano punkty ECTS w wymiarze łącznym nie mniejszym niż 30% liczby punktów ECTS koniecznych do ukończenia studiów)

P/N – w przypadku kierunku studiów:

- o profilu praktycznym – P oznacza zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne w wymiarze łącznym większym niż 50% liczby punktów ECTS koniecznych do uzyskania studiów;
 - o profilu ogólnoakademickim – N oznacza zajęcia związane z prowadzoną w UPJPII działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów w wymiarze łącznym większym niż 50% liczby punktów ECTS koniecznych do ukończenia danych studiów i uwzględnia udział studentów w zajęciach przygotowujących do prowadzenia działalności naukowej lub udział w tej działalności
- KEU** – kierunkowe efekty uczenia się