



Program studiów

Kierunek: Socjologia

Specjalność: E-gospodarka

Spis treści

Ogólna charakterystyka kierunku studiów i programu studiów	3
Ogólne informacje o programie studiów	5
Warunki rekrutacji na studia	8
Efekty kierunkowe	9
Matryca pokrycia efektów kierunkowych	12
Matryca charakterystyk efektów uczenia się w odniesieniu do modułów zajęć	17
Matryca kierunkowych efektów uczenia się w odniesieniu do form zajęć i sposobu zaliczenia, które pozwalają na ich uzyskanie	21
Łączna liczba punktów ECTS	28
Szczegółowe zasady realizacji programu studiów ustalone przez dziekana wydziału	29

Charakterystyka kierunku

Informacje podstawowe

Nazwa wydziału:	Wydział Humanistyczny
Nazwa kierunku:	Socjologia
Nazwa specjalności:	E-gospodarka
Poziom:	studia magisterskie II stopnia
Profil:	Ogólnoakademicki
Forma:	Stacjonarne
Klasyfikacja ISCED:	
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:	120
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:	magister
Termin rozpoczęcia cyklu:	2021/2022, semestr zimowy
Czas trwania studiów (liczba semestrów):	4

Dziedzina/-y nauki, do której/-ych przyporządkowany jest kierunek studiów:

Dziedzina nauk społecznych

Dyscyplina/-y naukowa/-e, do której/-ych przyporządkowany jest kierunek studiów:

Dyscyplina	Udział procentowy	ECTS
Nauki socjologiczne	100%	120

Wskazanie związku kierunku studiów ze strategią rozwoju AGH oraz misją AGH

Program specjalności: E-gospodarka na studiach drugiego stopnia na kierunku socjologia jest wyrazem realizowania, określonej w strategii rozwoju, roli AGH jako inicjatora przedsięwzięć innowacyjnych. W ramach programu studiów tej specjalności połączono kształcenie ogólnoakademickie z przedmiotami o charakterze warsztatowym, prowadzonymi przez praktyków, które uzupełniają program o kształcenie umiejętności i kompetencji pożądanych na rynku pracy w obszarze branż związanych ze stosowaniem nowoczesnych technologii w prowadzeniu firmy i organizowaniu komunikacji z klientami. Taka konstrukcja programu wpisuje się w misję AGH, zgodnie z którą system kształcenia na Uczelni zmierza do kształtowania u studentów umiejętności pozyskiwania i wykorzystywania wiedzy, logicznego, konstruktywnego i perspektywicznego myślenia, szybkiego i trafnego wnioskowania oraz podejmowania optymalnych decyzji.

Informacja na temat uwzględnienia w programie studiów potrzeb społeczno-gospodarczych oraz zgodności zakładanych efektów uczenia się z tymi potrzebami

Szybki rozwój Internetu zaowocował w ostatniej dekadzie wyodrębnieniem się nowych podmiotów gospodarczych, których podstawowym miejscem działań jest właśnie sieć. Powstanie e-przedsiębiorstw zrewolucjonizowało również sytuację na rynku pracy. Wraz

z rozwojem nowoczesnych technologii informacyjnych powstają nowe stanowiska pracy, zmianie ulega również kultura organizacyjna przedsiębiorstw, w ramach której większość relacji społecznych i ekonomicznych jest wspomagana przez sieć i/lub wykorzystanie specjalnie zaprojektowanych narzędzi. Wszystkie wyżej wymienione procesy zmieniły również techniki dystrybucji informacji, a co za tym idzie sposób postrzegania i analizy nowych mediów

i środków przekazu. Współcześnie e-gospodarka jest jedną z najszybciej i najdynamiczniej rozwijających się dziedzin gospodarki, co wiąże się ze stale rosnącym zapotrzebowaniem na specjalistów w jej zakresie. Odpowiedzią na to wyzwanie

rynku jest proponowana specjalność.

W ramach specjalności E-gospodarka studenci mają okazję uczestniczyć w licznych i zróżnicowanych warsztatach, umożliwiających zdobycie umiejętności, dających przewagę na konkurencyjnym rynku pracy. Moduły te pozwolą uczestnikom zdobyć wiedzę oraz umiejętności praktyczne z zakresu e-marketingu, zarządzania e-projektem, komunikacji

w mediach społecznościowych, e-inicjatyw oraz tworzenia treści na potrzeby współczesnej komunikacji marketingowej i e-commerce. Poznają także zasady tworzenia komunikatów dla różnych odbiorców-konsumentów. Studia przygotowują też do samodzielnego analizowania rynku i dostrzegania nowych trendów w gospodarce oraz efektywnego zarządzania zespołami ludzi przy wykorzystaniu nowoczesnych technologii.

Przyjęta koncepcja i struktura programu kształcenia w ramach specjalności E-gospodarka służy zwiększaniu kompetencji studentów w zakresie podejmowania decyzji oraz wykorzystywania wiedzy do efektywnego rozwiązywania problemów i dylematów, z którymi będą zmagać się w swojej pracy zawodowej.

Ścieżki kształcenia - zakres w języku polskim oraz w języku angielskim

- Brak (PL)
- Brak (EN)

Ścieżki dyplomowania - zakres w języku polskim oraz w języku angielskim

Nazwy specjalności w języku polskim oraz w języku angielskim

Nazwa [pl]	Nazwa [en]
E-gospodarka	E-Economy

Ogólne informacje o programie studiów

Kierunek: Socjologia

Specjalność: E-gospodarka

Ogólne informacje związane z programem studiów (ogólne cele kształcenia oraz możliwości zatrudnienia, typowe miejsca pracy i możliwości kontynuacji kształcenia przez absolwentów)

Celem oferty edukacyjnej proponowanej w ramach specjalności E-gospodarka jest wykształcenie interdyscyplinarnych specjalistów, łączących wiedzę z zakresu socjologii

z umiejętnościami wykorzystania nowoczesnych technologii informacyjnych, komunikacyjnych, a także nowych mediów w różnych dziedzinach współczesnej gospodarki. Program studiów dostarcza absolwentom wiedzę z zakresu organizowania procesów biznesowych, prowadzenia działalności gospodarczej w sieci, reklamy i promocji przedsiębiorstw w Internecie oraz wykorzystywania narzędzi przedsiębiorczości elektronicznej w globalnym społeczeństwie informacyjnym. Służą temu przedmioty realizowane

w ramach modułu kanonicznego pogłębiające wiedzę studentów z zakresu współczesnych teorii socjologicznych, antropologii, metodologii nauk społecznych, współczesnej filozofii społecznej, zróżnicowania współczesnych społeczeństw i demokracji lokalnej oraz społeczeństwa obywatelskiego. Taki charakter mają też przedmioty z modułu metodologicznego, którego celem jest dostarczenie umiejętności badawczych oraz narzędzi pozwalających na analizę współczesnych społeczeństw i zmian zachodzących w gospodarce pod wpływem nowych technologii. Przedmioty składające się na moduł metodologiczny to przede wszystkim zaawansowane metody analiz danych ilościowych i jakościowych uzupełnione o nowoczesne techniki i narzędzia analityczne, m.in. badania w działaniu (action research), badania internetowe, analitykę internetową, badania fokusowe. Pozostałe moduły pozwalają studentom nabyć efekty uczenia się w trzech kluczowych obszarach istotnych dla funkcjonowania e-gospodarki:

1. E- marketing i komunikacja marketingowa: w ramach którego studenci poznają zasady tworzenia nowoczesnych strategii marketingowych, zarządzania e-projektem, znaczenie social mediów oraz nabywają umiejętności analizowania e-trendów.
2. Gospodarka w dobie nowych mediów: który pozwala studentom poznać zasady e-biznesu, digital economy oraz badań UX, umożliwia im też nabycie efektów uczenia się z zakresu socjologii gospodarki, koniecznej do rozumienia złożonych procesów zachodzących pod wpływem nowych technologii.
3. Praca, rynek, konsumenci - nowe trendy: który wprowadza studentów w zagadnienia związane z przemianami, jakie dziś dokonują się w obszarze gospodarki, pracy, biznesu, przedsiębiorczości oraz na samym rynku pod wpływem upowszechnienia się nowoczesnych technologii internetowych.

Taki dobór modułów w programie pozwala na wykształcenie specjalistów posiadających przekrojową wiedzę i umiejętności z zakresu przemian zachodzących we współczesnej gospodarce, rynku oraz sposobach organizacji pracy i zarządzania, komunikacji internetowej pod wpływem nowych technologii i sprzedaży w internecie (e-commerce). Studia te dają uczestnikom możliwość zdobycia wiedzy oraz umiejętności i kompetencji z zakresu marketingu w mediach społecznościowych i tworzenia treści na potrzeby współczesnej komunikacji marketingowej. Zapewnią to zajęcia w formie warsztatów prowadzonych przez praktyków, którzy na co dzień zajmują się e-marketingiem i są związani z branżą social mediów, content marketingiem, e-commerce, stanowiącymi uzupełnienie dla wiedzy, umiejętności i kompetencji zdobywanych podczas zajęć o charakterze ogólnoakademickim. Dzięki temu absolwenci będą potrafili tworzyć wartościowe treści na potrzeby współczesnej komunikacji oraz będą wiedzieć, jak efektywnie promować markę, firmę, swoją osobę. By jak najlepiej wpisać sylwetkę absolwenta w wymagania pracodawców, program specjalności, obok wiedzy teoretycznej, kładzie szczególny nacisk na kwalifikacje praktyczne przyszłych absolwentów. Dzięki nim, stają się oni specjalistami w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej przy użyciu sieci teleinformatycznych, przede wszystkim Internetu, wykorzystywania środków elektronicznej wymiany danych, projektowania oraz wdrażania aplikacji wspomagających realizowanie przedsięwzięć inwestycyjnych, zarządzania zasobami ludzkimi zarówno w małych i średnich firmach, jak i w korporacjach międzynarodowych.

Połączenie pełnego wykształcenia socjologicznego z zaawansowaną wiedzą na temat wykorzystania technologii informatycznych w procesach biznesowych gwarantuje absolwentom szerokie możliwości zatrudnienia na konkurencyjnym rynku pracy, m.in.

w rolach ekspertów, doradców i konsultantów zarówno w firmach komercyjnych, jak i w administracji państwowej i samorządowej, czy też w rolach koordynatorów w interdyscyplinarnych zespołach odpowiedzialnych za rozwój elektronicznego biznesu w przedsiębiorstwach, w agencjach działających w obszarze social mediów, public relations i reklamy, w e-przedsiębiorstwach, w branży e-commerce jako specjaliści do spraw komunikacji interaktywnej oraz w zawodach takich jak: social media manager, community manager, content designer, kreatywni pracownicy działów marketingu, agencji reklamowych, agencji interaktywnych, agencji PR, agencji social media. Absolwenci specjalności uzyskują także pełne (obejmujące wiedzę i umiejętności z dziedziny gospodarki i nowych technologii oraz tzw. miękkie kompetencje społeczne) przygotowanie do prowadzenia samodzielnej działalności gospodarczej.

Informacja na temat uwzględnienia w programie studiów wniosków z analizy wyników monitoringu karier zawodowych studentów i absolwentów

Przy konstruowaniu programu studiów w zakresie zgodności zakładanych efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy oparto się na badaniach przeprowadzonych przez Centrum Karier AGH:

1. Ze względu na fakt, że mniej niż połowa badanych absolwentów deklarowała w badaniu, że studia przygotowały ich w wystarczającym stopniu do pracy w zakresie zarządzania projektami zdecydowano się na wprowadzenie bloku zajęć mających wzbogacić wiedzę studentów

i wykształcić umiejętności i kompetencje w zakresie zarządzania projektem. W szczególności absolwenci będą posiadać kompetencje w zakresie zarządzania e-projektem, z uwzględnieniem zarządzania zakresem projektu, harmonogramem, budżetem, jakością, ryzykiem oraz relacjami z klientem; będą potrafili koordynować pracę interdyscyplinarnego zespołu i zarządzać różnorodnością oraz poznają nowe elastyczne formy pracy i nowe formy komunikacji marketingowej i projektowania strategii zorientowanych na sprofilowanych konsumentów.

2. Analizując wyniki badań prowadzonych wśród pracodawców dostrzeżono, że bardzo cenią oni kompetencje miękkie w wykształceniu naszych absolwentów, zwłaszcza zdolności komunikacyjne i umiejętność pracy w grupie. Postanowiono wzmocnić te kompetencje. Służy temu wprowadzenie grupowych projektów semestralnych realizowanych w ramach wielu przedmiotów, co ma na celu zwiększenie kompetencji i umiejętności oraz wiedzy absolwentów w zakresie skuteczniejszej komunikacji w zespole, rozwiązywania konfliktów i rozstrzygania dylematów, udzielania konstruktywnej krytyki. Podczas pracy nad projektem studenci będą rozwijali swoje kompetencje badawcze, projektowe, strategiczne, ale również umiejętności współpracy w grupie i umiejętności przywódcze. Pozwoli to studentom nauczyć się myśleć kreatywnie, łamać schematy myślowe oraz planować strategiczne rozwiązania, m.in. w oparciu o analizę danych. Stały rozwój tych kompetencji i umiejętności ma duże znaczenie ponieważ większość badanych absolwentów wskazywała, że to, co pozwoliło im na znalezienie pracy, to miękkie kompetencje.

3. W programie studiów położono nacisk na zajęcia o charakterze warsztatowym i ćwiczeniowym, poszerzono repertuar zajęć prowadzonych przez praktyków. Taki zabieg stanowił odpowiedź na zgłaszaną, przez absolwentów I stopnia, potrzebę nabycia przez nich w większym stopniu umiejętności o charakterze praktycznym.

4. Zdecydowano się też na wprowadzenie praktyk w IV semestrze, gdyż zgodnie z wynikami badań absolwentów, w przypadku co 5 badanego praktyki i staże pomogły znaleźć zatrudnienie, a 70,3% badanych wskazało właśnie obowiązkowe praktyki jako źródło budowania doświadczenia zawodowego podczas studiów.

Informacja na temat uwzględnienia w programie studiów wymagań i zaleceń komisji akredytacyjnych, w szczególności Polskiej Komisji Akredytacyjnej i środowiskowych komisji akredytacyjnych

Komisja Akredytacyjna wysoko oceniała program Socjologii II stopnia w tym program specjalności E-gospodarka.

Informacja na temat uwzględnienia w programie studiów przykładów dobrych praktyk

1. Dobre praktyki w zakresie łączenia wiedzy akademickiej z przygotowaniem zawodowym wdrożono do programu w formie zespołowych projektów semestralnych, w czasie których studenci pracują pod kierunkiem nauczyciela akademickiego i/lub praktyków - osób faktycznie znających uwarunkowania i rzeczywistość danego obszaru aktywności zawodowej.

2. W ramach dobrych praktyk zaplanowano kolejne cykliczne spotkania z przedstawicielami branż związanych z e-marketingiem i social mediami, e-commerce oraz z przedsiębiorcami zainteresowanymi przyjmowaniem studentów na praktyki, podczas których będzie miała miejsce wzajemna wymiana informacji, sugestii i weryfikacja dotychczasowego procesu kształcenia pod kątem potrzeb pracodawców.

3. W ramach dobrych praktyk należy zaznaczyć też cykliczne spotkania z interesariuszami wewnętrznymi (studenci, pracownicy akademicy), które służą stałemu monitorowaniu treści programowych.

4. Ważnym elementem jest też powołanie przedstawiciela kierunku w Radzie ds. kształcenia w dyscyplinie, którego zadaniem jest m.in. współpraca ze studentami, wykładowcami i prowadzącymi warsztaty praktykami.

Informacja na temat współdziałania w zakresie przygotowania programu studiów z interesariuszami zewnętrznymi, w szczególności stowarzyszeniami i organizacjami zawodowymi, społecznymi

Program studiów specjalności E-gospodarka był konsultowany z koordynatorami studiów podyplomowych Marketing internetowy, Social Media & Content Marketing oraz Marketing miejsc i kreowanie marek lokalnych. Osoby te są praktykami i prowadzą działalność w obszarze social mediów i e-marketingu. Konsultowały one program studiów oraz pomagały w doborze osób zaproszonych do poprowadzenia zajęć warsztatowych. Zaoferowały też pomoc

w zakresie realizacji praktyk. Konsultacje nad programem studiów w zakresie nowych form pracy oraz projektowania zorientowanego na użytkownika prowadzono też z koordynatorami - praktykami prowadzącymi studia podyplomowe Talent Management in Tech Companies,

IT Business Management, User Experience and Product Design, Współczesne strategie przywództwa, Trendwatching & Future Studies. Proces konsultacyjny miał na celu rozszerzenie programu o kwestie związane z nowoczesnymi trendami na rynku pracy, projektowaniem rozwiązań oraz nowymi sposobami organizacji instytucji.

Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk zawodowych

Studenci odbywają praktyki zawodowe w wymiarze 120 godzin w przedsiębiorstwach, instytucjach i innych zakładach pracy, specjalizujących się w działaniach z zakresu social mediów, PR, reklamy. Praktykom zawodowym przypisano 4 punkty ECTS – będą one odbywać się w IV semestrze studiów. Osiągnięte we wcześniejszych semestrach efekty uczenia się pozwolą studentom wykonywać zadania wartościowe z punktu widzenia zarówno studenta, jak i pracodawcy. Miejsce odbywania praktyki student wybiera z listy przedstawionej przez WH lub samodzielnie nawiązuje współpracę z firmą, po wcześniejszej akceptacji opiekuna praktyk i Dziekana Wydziału. Zgoda na odbycie praktyk w takim przypadku warunkowana jest przedstawieniem programu praktyk, który pozwoli osiągnąć efekty uczenia się zgodne z efektami opisanymi w sylabusie praktyk.

Warunki rekrutacji na studia

Kierunek: Socjologia

Specjalność: E-gospodarka

Opis kompetencji oczekiwanych od kandydata ubiegającego się o przyjęcie na studia

Program studiów został zaprojektowany z myślą o absolwentach studiów pierwszego stopnia (licencjackich i inżynierskich) na kierunkach z nauk społecznych i humanistycznych oraz technicznych. Przeznaczony jest szczególnie dla absolwentów mających zainteresowania związane z konsekwencjami wynikającymi z obecności nowoczesnych technologii w gospodarce. Szczególnie w obszarze komunikacji marketingowej i analizy trendów w konsumpcji oraz przemian zachodzących w obszarze: biznesu, rynku, nowych form pracy, zarządzania w organizacji.

Warunki rekrutacji, z uwzględnieniem laureatów oraz finalistów olimpiad stopnia centralnego, a także laureatów konkursów międzynarodowych oraz ogólnopolskich

Zasady i warunki rekrutacji określa Uchwała nr 97/2019 Senatu AGH z dnia 26 czerwca 2019 r. w sprawie warunków, trybu oraz terminu rozpoczęcia i zakończenia rekrutacji na pierwszy rok studiów pierwszego i drugiego stopnia w roku akademickim 2020/2021.

Przewidywany limit przyjęć na studia wraz ze wskazaniem minimalnej liczby osób przyjętych, warunkującej uruchomienie edycji studiów

Minimalna liczba studentów: 20

Maksymalna liczba studentów: 40

Efekty uczenia się

Kierunek: Socjologia

Specjalność: E-gospodarka

Wiedza

Symbol KEU	Kierunkowe efekty uczenia się	Symbol CEU
SOC2A_W01	Zna specjalistyczną terminologię socjologiczną.	P7S_WG_A
SOC2A_W02	Ma poszerzoną wiedzę o naukach społecznych i humanistycznych oraz relacjach między nimi (ekonomia, filozofia, politologia, antropologia).	P7S_WG_A
SOC2A_W03	Zna klasyczne i nowoczesne koncepcje teoretyczne w socjologii, zna różnice pomiędzy paradygmatami analizy społecznej.	P7S_WG_A
SOC2A_W04	Zna złożone sposoby wyjaśniania współczesnych zjawisk i procesów społecznych.	P7S_WK_A
SOC2A_W05	Ma poszerzoną wiedzę o normach konstytuujących i regulujących struktury i instytucje społeczne, potrafi zinterpretować ich źródła i wpływ na ludzkie zachowania.	P7S_WG_A
SOC2A_W06	Ma poszerzoną wiedzę o relacjach zachodzących między procesami, strukturami i instytucjami społecznymi oraz między ich elementami.	P7S_WG_A
SOC2A_W07	Ma poszerzoną wiedzę o rodzajach więzi społecznej i prawidłowościach, którym podlegają oraz o zjawiskach i procesach charakterystycznych dla grup społecznych.	P7S_WG_A
SOC2A_W08	Zna zależności między kształtowaniem się teorii/idei socjologicznych a zmianami zachodzącymi w społeczeństwie i kulturze.	P7S_WK_A
SOC2A_W09	Zna zasady i potrafi samodzielnie prowadzić badania społeczne posługując się zarówno metodami ilościowymi jak i jakościowymi.	P7S_WG_A
SOC2A_W10	Zna różnorodne techniki pozyskiwania danych właściwe dla nauk humanistycznych i społecznych, potrafi samodzielnie je konstruować i analizować wyniki.	P7S_WG_A
SOC2A_W11	Zna i umie wykorzystać nowe technologie komunikacyjne i informacyjne.	P7S_WG_A
SOC2A_W12	Swobodnie porusza się w ramach nauk o mediach i potrafi je wykorzystać w różnych wymiarach życia społecznego: potrafi prowadzić badania w tym zakresie, opracować je i przedstawić.	P7S_WG_A
SOC2A_W13	Ma pogłębioną wiedzę w zakresie historii, istoty, działania i wykorzystania poszczególnych typów mediów.	P7S_WK_A
SOC2A_W14	Zna i potrafi wyjaśnić przemiany zachodzące we współczesnej Polsce w wymiarach społecznym, politycznym, kulturowym i ekonomicznym oraz na poziomie zaawansowanym zna zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości.	P7S_WK_A
SOC2A_W15	Zna zasady etycznego prowadzenia badań oraz publikacji ich rezultatów oraz zna zasady prawa autorskiego i ochrony własności intelektualnej.	P7S_WK_A

Umiejętności

Symbol KEU	Kierunkowe efekty uczenia się	Symbol CEU
SOC2A_U01	Poprawnie stosuje specjalistyczną terminologię z zakresu socjologii i pokrewnych nauk społecznych i humanistycznych.	P7S_UK_A
SOC2A_U02	Potrafi analizować i rozumie złożone zjawiska społeczne z uwzględnieniem kontekstu ekonomicznego, politycznego i kulturowego.	P7S_UK_A

Symbol KEU	Kierunkowe efekty uczenia się	Symbol CEU
SOC2A_U03	Potrafi właściwie dobrać i zastosować teorie, koncepcje i pojęcia do analizy rzeczywistości społecznej oraz umie krytycznie ocenić ich przydatność w procesie analizy zjawisk społecznych.	P7S_UW_A
SOC2A_U04	Potrafi rozpoznać specyfikę mediów, przeprowadzić ich analizę i przedstawić procesy przemian w mediach na tle przemian w głównych obszarach życia społecznego.	P7S_UW_A
SOC2A_U05	Potrafi interpretować zjawiska charakterystyczne dla świata wielokulturowego i prowadzić debatę na ten temat.	P7S_UK_A
SOC2A_U06	Posiada umiejętność zastosowania zdobytej wiedzy do pogłębionej analizy przemian we współczesnej Polsce i we współczesnym świecie oraz prowadzenia debaty na temat zachodzących zmian.	P7S_UK_A
SOC2A_U07	Potrafi krytycznie ocenić przekazy medialne, sam tworzy specjalistyczne narzędzia dla różnych typów mediów.	P7S_UW_A
SOC2A_U08	Potrafi skonstruować i prowadzić różne projekty badawcze z zakresu socjologii z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi badawczych.	P7S_UW_A
SOC2A_U09	Potrafi tworzyć narzędzia wykorzystujące specyfikę technologii informacyjnych i komunikacyjnych.	P7S_UW_A
SOC2A_U10	Pisze prace pisemne w języku polskim i w języku angielskim (na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego) z zakresu socjologii.	P7S_UK_A
SOC2A_U11	Przygotowuje zaawansowane prezentacje ustne w języku polskim i w języku angielskim (na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego) dobierając odpowiednie strategie argumentacyjne i formułuje odpowiedzi na krytykę tych argumentów.	P7S_UK_A
SOC2A_U12	Potrafi w sposób zaawansowany wyszukiwać, analizować i oceniać informacje z źródeł pisanych i elektronicznych.	P7S_UW_A
SOC2A_U13	Potrafi kierować pracą zespołu (również o interdyscyplinarnym charakterze) oraz pracować w grupie przyjmując w niej wiodące role.	P7S_UO_A
SOC2A_U14	Zna zakres posiadanej wiedzy i umiejętności. Planuje i podejmuje działania polegające na doskonaleniu się i dbaniu o rozwój zawodowy oraz ukierunkowuje innych w tym zakresie.	P7S_UU_A

Kompetencje społeczne

Symbol KEU	Kierunkowe efekty uczenia się	Symbol CEU
SOC2A_K01	Rozumie potrzebę posługiwania się poprawnym językiem polskim i krytycznego odbioru treści i stale pracuje nad rozwojem własnych kompetencji w tym zakresie.	P7S_KK_A
SOC2A_K02	Samodzielnie stawia problemy praktyczne i teoretyczne oraz podejmuje poszukiwania w zakresie ich rozwiązywania.	P7S_KK_A
SOC2A_K03	Jest przygotowany do otwartego uczestnictwa w dyskusji, wyrażania i przyjmowania uwag krytycznych.	P7S_KK_A
SOC2A_K04	Ma świadomość znaczenia analizy socjologicznej oraz wiedzy eksperckiej dla rozumienia i znajdowania rozwiązań złożonych współczesnych procesów społecznych, politycznych, gospodarczych i kulturowych.	P7S_KK_A
SOC2A_K05	Zdaje sobie sprawę z konieczności bycia aktywnym aktorem życia społecznego i angażuje się w lokalne i globalne działania społeczne oraz ma świadomość znaczenia myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.	P7S_KO_A
SOC2A_K06	Docenia wartość własnej kultury i wagę innych kultur.	P7S_KO_A
SOC2A_K07	Potrafi świadomie i odpowiedzialnie uczestniczyć w rzeczywistości wirtualnej.	P7S_KO_A

Symbol KEU	Kierunkowe efekty uczenia się	Symbol CEU
SOC2A_K08	Podziela i przestrzega zasady etyki zawodowej i dba o jej przestrzeganie w miejscu pracy oraz rozwija dorobek zawodu i dba o podtrzymywanie jego etosu i przestrzega zasad	P7S_KR_A

Matryca pokrycia efektów kierunkowych

Kierunek: Socjologia

Specjalność: E-gospodarka

2021/2022/S/II/H/SOC/EG

Przedmiot	Kod	SOC2A_W01	SOC2A_W02	SOC2A_W03	SOC2A_W04	SOC2A_W05	SOC2A_W06	SOC2A_W07	SOC2A_W08	SOC2A_W09	SOC2A_W10	SOC2A_W11	SOC2A_W12	SOC2A_W13	SOC2A_W14	SOC2A_W15	SOC2A_U01	SOC2A_U02	SOC2A_U03	SOC2A_U04	SOC2A_U05	SOC2A_U06	SOC2A_U07	SOC2A_U08	SOC2A_U09	SOC2A_U10	SOC2A_U11	SOC2A_U12	SOC2A_U13	SOC2A_U14	SOC2A_K01	SOC2A_K02	SOC2A_K03	SOC2A_K04	SOC2A_K05	SOC2A_K06	SOC2A_K07	SOC2A_K08
Znaczenie mobile w e-biznesie	HSOCEGS.II1S.4cd98d345b3a16b1c55dd3aa0dc234db.21											x	x											x							x	x	x			x		
Cyberkultura	HSOCEGS.II1O.dfae00408fb0ff1d7998991a28b25ffa.21										x												x			x			x	x	x	x			x	x		
Antropologia współczesna. Antropologia postmodernistyczna i jej krytycy	HSOCEGS.II1O.4dba565f8133d1c9e39c3d2b8ff5bb86.21		x	x		x		x						x		x									x					x					x			
Społeczności wirtualne	HSOCEGS.II1S.839d03d67c033f2487787d2dec2cf02.21	x										x	x						x	x			x			x			x		x							
E-trends. Analiza trendów w Internecie	HSOCEGS.II1S.f522de0fc976675f30f75a79fa6c1280.21										x	x						x	x	x	x			x	x	x	x				x	x				x		
Socjologia gospodarki	HSOCEGS.II1S.5c6206f98088ab036bb7a1567bc44e40.21	x	x		x	x	x								x		x	x	x	x	x	x		x	x	x	x			x	x	x						
Język reklamy	HSOCEGS.II1O.362fbe78e970dc32833c51a554724534.21		x			x		x						x				x												x	x	x						
Język obcy	HSOCEGS.II1J0.745d634faa1cbae48b0c9ab5d26fd43d.21																									x	x											
Zarządzanie e-projektem	HSOCEGS.II1S.38053d29831909457a32f135a7168af2.21					x						x											x	x					x		x							
Zaawansowane metody analizy danych	HSOCEGS.II1S.8b8b1d7cdf7a224a61d77234812dfd7e.21			x						x	x					x							x	x			x			x		x						
Typy różnicowania społecznego	HSOCEGS.II1S.c129d126196af413ceaa8a93d2c29c0c.21	x		x			x										x		x						x	x			x			x	x					
Metodologia nauk społecznych	HSOCEGS.II1S.18a5979330d6511c62144e1f0e247e18.21	x		x	x				x	x	x								x										x		x		x					
Digital economy. Technologie webowe i mobilne w e-gospodarce	HSOCEGS.II2S.4b64e5bfa94a2610b0794f3c9dc6eea7.21											x	x												x									x				

Przedmiot	Kod	SOC2A_W01	SOC2A_W02	SOC2A_W03	SOC2A_W04	SOC2A_W05	SOC2A_W06	SOC2A_W07	SOC2A_W08	SOC2A_W09	SOC2A_W10	SOC2A_W11	SOC2A_W12	SOC2A_W13	SOC2A_W14	SOC2A_W15	SOC2A_U01	SOC2A_U02	SOC2A_U03	SOC2A_U04	SOC2A_U05	SOC2A_U06	SOC2A_U07	SOC2A_U08	SOC2A_U09	SOC2A_U10	SOC2A_U11	SOC2A_U12	SOC2A_U13	SOC2A_U14	SOC2A_K01	SOC2A_K02	SOC2A_K03	SOC2A_K04	SOC2A_K05	SOC2A_K06	SOC2A_K07	SOC2A_K08						
Teoria i praktyka społeczeństwa informacyjnego. Konsekwencje rozwoju nowych technologii w życiu społecznym, polityce i gospodarce	HSOCEGS.II2S.e0065feba39f1b920832f27749abf17b.21								x					x				x			x		x								x	x	x											
Zaawansowane metody analizy danych jakościowych	HSOCEGS.II2S.8c83ac98d42fb3e625af8db0d77cd2f3.21									x	x								x										x										x					
Socjologia instytucji: gospodarka, polityka, kultura	HSOCEGS.II2S.966517573de3ab2053bf0b3d9858830e.21									x					x				x														x	x	x									
Badania w działaniu	HSOCEGS.II2S.9487ad381c01f934bc20a66f95b51507.21		x		x				x	x	x					x			x									x	x					x										
Warsztat data and web mining	HSOCEGS.II2S.7cb41b568f8f1b564250dc946b2a9a76.21							x				x	x	x						x					x	x																		
Zróżnicowanie kultur w społeczeństwie informacyjnym	HSOCEGS.II2S.afdfc30d72ca2173b1e94408d8459de0.21									x					x				x																									
Przestrzeń, codzienność, materialność	HSOCEGS.II2S.20fb44abeb5c11aadf14eb2b19a86fb9.21									x					x				x																									
Współczesna filozofia społeczna	HSOCEGS.II2S.2f8a2fddb4043c4430940d0a10d9275.21		x		x	x	x		x										x																									
Warsztat MAXQDA	HSOCEGS.II2S.5faf44aed449f16d32f2a31d8d13ab3d.21									x	x																																	
Warsztat badań focusowych	HSOCEGS.II2S.d04117ce2f70a1b70c7ea84c6b638fc9.21									x	x																																	
Teoretyczny ogląd świata współczesnego. WTS II	HSOCEGS.II2S.e157011b5eb14a06a10296a2c3fc0067.21		x	x																x																								
Nowe media i społeczne systemy medialne	HSOCEGS.II2S.aff7f5753450142abda66efcfb035467.21									x																																		

Przedmiot	Kod	SOC2A_W01	SOC2A_W02	SOC2A_W03	SOC2A_W04	SOC2A_W05	SOC2A_W06	SOC2A_W07	SOC2A_W08	SOC2A_W09	SOC2A_W10	SOC2A_W11	SOC2A_W12	SOC2A_W13	SOC2A_W14	SOC2A_W15	SOC2A_U01	SOC2A_U02	SOC2A_U03	SOC2A_U04	SOC2A_U05	SOC2A_U06	SOC2A_U07	SOC2A_U08	SOC2A_U09	SOC2A_U10	SOC2A_U11	SOC2A_U12	SOC2A_U13	SOC2A_U14	SOC2A_K01	SOC2A_K02	SOC2A_K03	SOC2A_K04	SOC2A_K05	SOC2A_K06	SOC2A_K07	SOC2A_K08		
Użyteczność i dostępność w sieci. Wstęp do projektowania interfejsów	HSOCEGS.II2S.a1c28ed5ce70df0cdc2ba2c072c590b9.21								x		x											x	x	x					x		x		x							
Social media w e-gospodarce	HSOCEGS.II2S.645e4fec2322bd4d65f22fb0b9f814cf.21											x	x	x									x	x				x										x		
E-gospodarka	HSOCEGS.II2S.933f7f5f2d058f8acfe7f65475c7a4fa.21	x			x			x						x			x										x						x							
Nowoczesne zarządzanie marketingowe	HSOCEGS.II2S.5aa1fb46e10ae29101c89785e78b2f0a.21						x							x															x										x	
Warsztat analityki internetowej	HSOCEGS.II2S.4440f6cadf17d02ccb6b3965f0c391be.21										x	x												x				x	x	x			x		x					
Elektroniczne formy komunikacji	HSOCEGS.II2S.033c27ffb953a871499d226d4ca9d83f.21												x										x					x					x						x	
Zróżnicowanie kultur w społeczeństwie informacyjnym	HSOCEGS.II4S.d004a7db058da93a345563aa50b415dd.21									x				x					x			x	x			x				x	x	x								
Socjologia instytucji: gospodarka, polityka, kultura	HSOCEGS.II4S.966517573de3ab2053bf0b3d9858830e.21									x				x					x			x	x			x				x	x	x								
Przestrzeń, codzienność, materialność	HSOCEGS.II4S.20fb44abeb5c11aadf14eb2b19a86fb9.21									x				x					x			x	x			x			x				x							
Teoria i praktyka społeczeństwa informacyjnego. Konsekwencje rozwoju nowych technologii w życiu społecznym, polityce i gospodarce	HSOCEGS.II4S.e0065feba39f1b920832f27749abf17b.21									x				x					x			x	x			x			x											
Personal branding, marketing i sprzedaż na platformie (LinkedIn)	HSOCEGS.II4S.895bfa02e0e09a7d4a89a9d5f5135ccd.21													x											x			x												x
Socjologia rynku	HSOCEGS.II4S.8915d333213dc8033efdf27873b221e4.21		x	x														x	x			x	x													x				

Przedmiot	Kod	SOC2A_W01	SOC2A_W02	SOC2A_W03	SOC2A_W04	SOC2A_W05	SOC2A_W06	SOC2A_W07	SOC2A_W08	SOC2A_W09	SOC2A_W10	SOC2A_W11	SOC2A_W12	SOC2A_W13	SOC2A_W14	SOC2A_W15	SOC2A_U01	SOC2A_U02	SOC2A_U03	SOC2A_U04	SOC2A_U05	SOC2A_U06	SOC2A_U07	SOC2A_U08	SOC2A_U09	SOC2A_U10	SOC2A_U11	SOC2A_U12	SOC2A_U13	SOC2A_U14	SOC2A_K01	SOC2A_K02	SOC2A_K03	SOC2A_K04	SOC2A_K05	SOC2A_K06	SOC2A_K07	SOC2A_K08			
		Zróżnicowanie kultur w społeczeństwie informacyjnym	HSOCEGS.II8S.d004a7db058da93a345563aa50b415dd.21								x					x				x		x		x		x		x				x	x	x							
Przestrzeń, codzienność, materialność	HSOCEGS.II8S.20fb44abeb5c11aadf14eb2b19a86fb9.21								x					x				x		x		x		x		x			x		x	x									
Teoria i praktyka społeczeństwa informacyjnego. Konsekwencje rozwoju nowych technologii w życiu społecznym, polityce i gospodarce	HSOCEGS.II8S.e0065feba39f1b920832f27749abf17b.21								x					x				x		x		x		x		x			x		x	x									
Socjologia instytucji: gospodarka, polityka, kultura	HSOCEGS.II8S.966517573de3ab2053bf0b3d9858830e.21								x					x				x		x		x		x		x			x	x	x										
Praktyka krajowa lub zagraniczna	HSOCEGS.II8S.93afe5d44c8cd0fd421445f376843d81.21										x													x				x							x	x	x				
Praca dyplomowa	HSOCEGS.II8S.e583d9084d973ec5c9b945ea568be3.21										x			x	x			x					x			x															
Suma:		4	9	6	7	12	9	7	7	19	13	13	10	7	23	4	7	8	25	7	5	26	8	36	14	16	9	22	15	14	10	34	27	23	8	4	10	4			

Matryca charakterystyk efektów uczenia się w odniesieniu do modułów zajęć

Kierunek: Socjologia

Specjalność: E-gospodarka

2021/2022/S/II/H/SOC/EG

Przedmiot	Kod	P7S_WG_A	P7S_WK_A	P7S_UK_A	P7S_UW_A	P7S_UO_A	P7S_UU_A	P7S_KK_A	P7S_KO_A	P7S_KR_A
Znaczenie mobile w e-biznesie	HSOCEGS.II1S.4cd98d345b3a16b1c55dd3aa0dc234db.21	x			x			x	x	
Cyberkultura	HSOCEGS.II1O.dfae00408fb0ff1d7998991a28b25ffa.21	x			x			x	x	
Antropologia współczesna. Antropologia postmodernistyczna i jej krytycy	HSOCEGS.II1O.4dba565f8133d1c9e39c3d2b8ff5bb86.21	x	x	x			x	x	x	
Społeczności wirtualne	HSOCEGS.II1S.839d03d67c033f2487787d2decb2cf02.21	x	x	x	x	x		x		
E-trends. Analiza trendów w Internecie	HSOCEGS.II1S.f522de0fc976675f30f75a79fa6c1280.21	x		x	x			x	x	
Socjologia gospodarki	HSOCEGS.II1S.5c6206f98088ab036bb7a1567bc44e40.21	x	x	x	x			x		
Język reklamy	HSOCEGS.II1O.362fbe78e970dc32833c51a554724534.21	x	x	x				x		
Język obcy	HSOCEGS.II1J0.745d634faa1cbae48b0c9ab5d26fd43d.21			x						
Zarządzanie e-projektem	HSOCEGS.II1S.38053d29831909457a32f135a7168af2.21	x		x	x	x		x		
Zaawansowane metody analizy danych	HSOCEGS.II1S.8b8b1d7cdf7a224a61d77234812dfd7e.21	x	x	x	x	x		x		
Typy różnicowania społecznego	HSOCEGS.II1S.c129d126196af413ceaa8a93d2c29c0c.21	x		x	x	x		x		
Metodologia nauk społecznych	HSOCEGS.II1S.18a5979330d6511c62144e1f0e247e18.21	x	x	x	x		x	x		
Digital economy. Technologie webowe i mobilne w e-gospodarce	HSOCEGS.II2S.4b64e5bfa94a2610b0794f3c9dc6eea7.21	x			x			x		
Teoria i praktyka społeczeństwa informacyjnego. Konsekwencje rozwoju nowych technologii w życiu społecznym, polityce i gospodarce	HSOCEGS.II2S.e0065feba39f1b920832f27749abf17b.21	x	x	x	x			x		
Zaawansowane metody analizy danych jakościowych	HSOCEGS.II2S.8c83ac98d42fb3e625af8db0d77cd2f3.21	x		x	x	x				x

Przedmiot	Kod	P7S_WG_A	P7S_WK_A	P7S_UK_A	P7S_UW_A	P7S_UO_A	P7S_UU_A	P7S_KK_A	P7S_KO_A	P7S_KR_A
Socjologia instytucji: gospodarka, polityka, kultura	HSOCEGS.II2S.966517573de3ab2053bf0b3d9858830e.21	x	x	x	x			x		
Badania w działaniu	HSOCEGS.II2S.9487ad381c01f934bc20a66f95b51507.21	x	x	x	x	x		x		
Warsztat data and web mining	HSOCEGS.II2S.7cb41b568f8f1b564250dc946b2a9a76.21	x			x		x	x		
Zróżnicowanie kultur w społeczeństwie informacyjnym	HSOCEGS.II2S.afdfc30d72ca2173b1e94408d8459de0.21	x	x	x	x			x		
Przestrzeń, codzienność, materialność	HSOCEGS.II2S.20fb44abeb5c11aadf14eb2b19a86fb9.21	x	x	x	x			x		
Współczesna filozofia społeczna	HSOCEGS.II2S.2f8a2fddb4043c4430940d0a10d9275.21	x	x	x	x			x	x	
Warsztat MAXQDA	HSOCEGS.II2S.5faf44aed449f16d32f2a31d8d13ab3d.21	x			x			x		
Warsztat badań focusowych	HSOCEGS.II2S.d04117ce2f70a1b70c7ea84c6b638fc9.21	x		x	x	x		x		
Teoretyczny ogląd świata współczesnego. WTS II	HSOCEGS.II2S.e157011b5eb14a06a10296a2c3fc0067.21	x			x			x		
Nowe media i społeczne systemy medialne	HSOCEGS.II2S.aff7f5753450142abda66efcb035467.21	x	x	x	x		x	x		
Użyteczność i dostępność w sieci. Wstęp do projektowania interfejsów	HSOCEGS.II2S.a1c28ed5ce70df0cdc2ba2c072c590b9.21	x			x		x	x		
Social media w e-gospodarce	HSOCEGS.II2S.645e4fec2322bd4d65f22fb0b9f814cf.21	x	x		x	x			x	
E-gospodarka	HSOCEGS.II2S.933f7f5f2d058f8acfe7f65475c7a4fa.21	x	x	x	x			x		
Nowoczesne zarządzanie marketingowe	HSOCEGS.II2S.5aa1fb46e10ae29101c89785e78b2f0a.21	x	x	x			x	x		x
Warsztat analityki internetowej	HSOCEGS.II2S.4440f6cadf17d02ccb6b3965f0c391be.21	x			x	x	x	x		
Elektroniczne formy komunikacji	HSOCEGS.II2S.033c27ffb953a871499d226d4ca9d83f.21	x			x	x		x	x	
Zróżnicowanie kultur w społeczeństwie informacyjnym	HSOCEGS.II4S.d004a7db058da93a345563aa50b415dd.21	x	x	x	x			x		
Socjologia instytucji: gospodarka, polityka, kultura	HSOCEGS.II4S.966517573de3ab2053bf0b3d9858830e.21	x	x	x	x			x		
Przestrzeń, codzienność, materialność	HSOCEGS.II4S.20fb44abeb5c11aadf14eb2b19a86fb9.21	x	x	x	x		x	x		

Przedmiot	Kod	P7S_WG_A	P7S_WK_A	P7S_UK_A	P7S_UW_A	P7S_UO_A	P7S_UU_A	P7S_KK_A	P7S_KO_A	P7S_KR_A
Teoria i praktyka społeczeństwa informacyjnego. Konsekwencje rozwoju nowych technologii w życiu społecznym, polityce i gospodarce	HSOCEGS.II4S.e0065feba39f1b920832f27749abf17b.21	x	x	x	x		x	x		
Personal branding, marketing i sprzedaż na platformie (LinkedIn)	HSOCEGS.II4S.895bfa02e0e09a7d4a89a9d5f5135ccd.21		x		x					x
Socjologia rynku	HSOCEGS.II4S.8915d333213dc8033efdf27873b221e4.21	x		x	x					x
Analiza sieci społecznych	HSOCEGS.II4S.6952df5cfc9e6458871c3c67e04e1912.21	x	x	x	x			x		
Nowe technologie w sferze społecznej i edukacji (e-health, e-government, e-learning)	HSOCEGS.II4S.382509050dcd6554ebc0a9bd1b776285.21		x		x	x		x	x	
Nowe formy pracy i nowoczesna komunikacja w firmie	HSOCEGS.II4S.d74c166c28127b40696ee37a9c5e99ac.21	x	x	x				x		x
E-inicjatywy zorientowane społecznie	HSOCEGS.II4S.e71264c20208153b593260c7b482e67f.21	x	x		x	x		x	x	
E-praca	HSOCEGS.II4S.28cb2a869a68f5b9c6934d7ea4f7dcde.21	x	x	x	x				x	
Socjotechnika	HSOCEGS.II4S.50019a265782c8e150d6dc7a5d8ee759.21	x		x	x					x
Innowacyjność i marketing w e-gospodarce. E-biznes	HSOCEGS.II4S.a1faa9fca2c08458a6baaac1ece8dab5.21	x			x			x	x	
Content Marketing: research, projektowanie treści	HSOCEGS.II0S.6016d0fca8ee5.21	x	x		x	x			x	
Wirtualna rzeczywistość w biznesie	HSOCEGS.II4S.7e44df8437ee038413d231482c290d05.21	x			x				x	
Zarządzanie różnorodnością	HSOCEGS.II4S.e24f38cf4633c756e4b40e4b9fac243f.21	x		x	x	x	x	x	x	
Psychologia przedsiębiorczości	HSOCEGS.II4S.501dab436285573122328e2383fc1175.21	x	x	x	x		x	x	x	
E-commerce	HSOCEGS.II4S.3f3cf52aaf509e054802f886d965018e.21	x			x		x	x		
Demokracja lokalna i społeczeństwo obywatelskie	HSOCEGS.II4S.faf7b9a651d0e1a3f885756704dd470a.21	x	x	x	x			x	x	
Fakultet w języku obcym	HSOCEGS.II8PJO.1583860565.21	x	x	x	x			x	x	
Zróżnicowanie kultur w społeczeństwie informacyjnym	HSOCEGS.II8S.d004a7db058da93a345563aa50b415dd.21	x	x	x	x			x		

Przedmiot	Kod	P7S_WG_A	P7S_WK_A	P7S_UK_A	P7S_UW_A	P7S_UO_A	P7S_UU_A	P7S_KK_A	P7S_KO_A	P7S_KR_A
Przestrzeń, codzienność, materialność	HSOCEGS.II8S.20fb44abeb5c11aadf14eb2b19a86fb9.21	x	x	x	x		x	x		
Teoria i praktyka społeczeństwa informacyjnego. Konsekwencje rozwoju nowych technologii w życiu społecznym, polityce i gospodarce	HSOCEGS.II8S.e0065feba39f1b920832f27749abf17b.21	x	x	x	x		x	x		
Socjologia instytucji: gospodarka, polityka, kultura	HSOCEGS.II8S.966517573de3ab2053bf0b3d9858830e.21	x	x	x	x			x		
Praktyka krajowa lub zagraniczna	HSOCEGS.II8S.93afe5d44c8cd0fd421445f376843d81.21	x			x	x		x	x	
Praca dyplomowa	HSOCEGS.II8S.e583d9084d973ec5c5c9b945ea568be3.21	x	x		x			x		
Suma:		54	35	38	52	15	14	48	20	4

Matryca kierunkowych efektów uczenia się w odniesieniu do form zajęć i sposobu zaliczenia, które pozwalają na ich uzyskanie

Kierunek: Socjologia
Specjalność: E-gospodarka

2021/2022/S/II/H/SOC/EG

Nazwa modułu zajęć	Forma zajęć dydaktycznych	Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w ramach poszczególnych form zajęć i dla całego modułu zajęć	Odniesienia do KEU
Znaczenie mobile w e-biznesie	Ćwiczenia projektowe	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Wykonanie ćwiczeń, Projekt, Studium przypadków	SOC2A_W11, SOC2A_W12, SOC2A_U09, SOC2A_K07, SOC2A_K03, SOC2A_K02, SOC2A_K04
Cyberkultura	Ćwiczenia projektowe	Aktywność na zajęciach, Wykonanie ćwiczeń, Projekt	SOC2A_W10, SOC2A_U12, SOC2A_U08, SOC2A_K02, SOC2A_K07, SOC2A_K06, SOC2A_K01, SOC2A_K04, SOC2A_K03
Antropologia współczesna. Antropologia postmodernistyczna i jej krytycy	Wykład	Aktywność na zajęciach, Egzamin, Referat, Prezentacja	SOC2A_W05, SOC2A_W08, SOC2A_W02, SOC2A_W14, SOC2A_W03, SOC2A_U01, SOC2A_U11, SOC2A_U14, SOC2A_K03, SOC2A_K06
Społeczności wirtualne	Ćwiczenia projektowe	Aktywność na zajęciach, Wykonanie ćwiczeń, Projekt	SOC2A_W13, SOC2A_W01, SOC2A_W11, SOC2A_U07, SOC2A_U09, SOC2A_U04, SOC2A_U05, SOC2A_U13, SOC2A_K02, SOC2A_K04
E-trends. Analiza trendów w Internecie	Zajęcia warsztatowe	Aktywność na zajęciach, Wykonanie ćwiczeń, Projekt	SOC2A_W10, SOC2A_W11, SOC2A_U09, SOC2A_U10, SOC2A_U11, SOC2A_U02, SOC2A_U04, SOC2A_U05, SOC2A_U08, SOC2A_U12, SOC2A_K07, SOC2A_K03, SOC2A_K04
Socjologia gospodarki	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Egzamin, Kolokwium, Projekt, Prezentacja	SOC2A_W01, SOC2A_W04, SOC2A_W14, SOC2A_W02, SOC2A_W05, SOC2A_W06, SOC2A_U08, SOC2A_U09, SOC2A_U12, SOC2A_U10, SOC2A_U11, SOC2A_U02, SOC2A_U04, SOC2A_U05, SOC2A_U01, SOC2A_U03, SOC2A_U06, SOC2A_K02, SOC2A_K03, SOC2A_K04
Język reklamy	Ćwiczenia projektowe	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Esej, Studium przypadków	SOC2A_W07, SOC2A_W13, SOC2A_W02, SOC2A_W05, SOC2A_U02, SOC2A_K02, SOC2A_K04, SOC2A_K03

Nazwa modułu zajęć	Forma zajęć dydaktycznych	Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w ramach poszczególnych form zajęć i dla całego modułu zajęć	Odniesienia do KEU
Język obcy	Ćwiczenia audytoryjne	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Wykonanie ćwiczeń, Kolokwium, Egzamin, Sprawozdanie, Referat, Wynik testu zaliczeniowego, Wypracowania pisane na zajęciach, Prezentacja	SOC2A_U10, SOC2A_U11
Zarządzanie e-projektem	Zajęcia warsztatowe	Aktywność na zajęciach, Projekt	SOC2A_W11, SOC2A_W05, SOC2A_U08, SOC2A_U06, SOC2A_U13, SOC2A_K02
Zaawansowane metody analizy danych	Ćwiczenia laboratoryjne	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Wykonanie projektu, Wykonanie ćwiczeń laboratoryjnych, Kolokwium, Projekt, Zaangażowanie w pracę zespołu, Prezentacja	SOC2A_W09, SOC2A_W15, SOC2A_W03, SOC2A_W10, SOC2A_U06, SOC2A_U08, SOC2A_U11, SOC2A_U13, SOC2A_K04, SOC2A_K02
Typy zróżnicowania społecznego	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Egzamin, Odpowiedź ustna, Kolokwium, Prezentacja	SOC2A_W03, SOC2A_W01, SOC2A_W06, SOC2A_U03, SOC2A_U11, SOC2A_U10, SOC2A_U01, SOC2A_U13, SOC2A_K03, SOC2A_K04
Metodologia nauk społecznych	Wykład	Egzamin	SOC2A_W01, SOC2A_W03, SOC2A_W09, SOC2A_W10, SOC2A_W04, SOC2A_W08, SOC2A_U03, SOC2A_U08, SOC2A_U06, SOC2A_U14, SOC2A_K02, SOC2A_K04
Digital economy. Technologie webowe i mobilne w e-gospodarce	Zajęcia warsztatowe	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Wykonanie projektu, Projekt	SOC2A_W12, SOC2A_W11, SOC2A_U09, SOC2A_K03
Teoria i praktyka społeczeństwa informacyjnego. Konsekwencje rozwoju nowych technologii w życiu społecznym, polityce i gospodarce	Zajęcia seminaryjne	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Referat, Przygotowanie pracy dyplomowej	SOC2A_W14, SOC2A_W09, SOC2A_U12, SOC2A_U08, SOC2A_U10, SOC2A_U03, SOC2A_U06, SOC2A_K03, SOC2A_K02, SOC2A_K01
Zaawansowane metody analizy danych jakościowych	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	Aktywność na zajęciach, Kolokwium, Projekt, Zaangażowanie w pracę zespołu, Prezentacja	SOC2A_W09, SOC2A_W10, SOC2A_U13, SOC2A_U06, SOC2A_U08, SOC2A_U03, SOC2A_K08
Socjologia instytucji: gospodarka, polityka, kultura	Zajęcia seminaryjne	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Referat, Przygotowanie pracy dyplomowej	SOC2A_W14, SOC2A_W09, SOC2A_U08, SOC2A_U10, SOC2A_U12, SOC2A_U03, SOC2A_U06, SOC2A_K02, SOC2A_K03, SOC2A_K01

Nazwa modułu zajęć	Forma zajęć dydaktycznych	Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w ramach poszczególnych form zajęć i dla całego modułu zajęć	Odniesienia do KEU
Badania w działaniu	Konwersatorium	Projekt, Prezentacja	SOC2A_W04, SOC2A_W08, SOC2A_W10, SOC2A_W02, SOC2A_W09, SOC2A_W15, SOC2A_U03, SOC2A_U08, SOC2A_U12, SOC2A_U06, SOC2A_U13, SOC2A_K04, SOC2A_K02
Warsztat data and web mining	Ćwiczenia projektowe	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Wykonanie ćwiczeń, Projekt, Studium przypadków	SOC2A_W11, SOC2A_W07, SOC2A_W10, SOC2A_W12, SOC2A_U04, SOC2A_U08, SOC2A_U09, SOC2A_U14, SOC2A_K02, SOC2A_K04
Zróżnicowanie kultur w społeczeństwie informacyjnym	Zajęcia seminaryjne	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Referat, Przygotowanie pracy dyplomowej, Prezentacja	SOC2A_W14, SOC2A_W09, SOC2A_U03, SOC2A_U08, SOC2A_U06, SOC2A_U12, SOC2A_U10, SOC2A_K02, SOC2A_K03, SOC2A_K01
Przestrzeń, codzienność, materialność	Zajęcia seminaryjne	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Referat, Przygotowanie pracy dyplomowej	SOC2A_W09, SOC2A_W14, SOC2A_U12, SOC2A_U08, SOC2A_U06, SOC2A_U03, SOC2A_U10, SOC2A_K03, SOC2A_K02, SOC2A_K01
Współczesna filozofia społeczna	Wykład	Aktywność na zajęciach, Egzamin	SOC2A_W02, SOC2A_W08, SOC2A_W04, SOC2A_W05, SOC2A_W06, SOC2A_U01, SOC2A_U03, SOC2A_K03, SOC2A_K05
Warsztat MAXQDA	Zajęcia warsztatowe	Udział w dyskusji, Wykonanie ćwiczeń, Wykonanie projektu	SOC2A_W10, SOC2A_W09, SOC2A_U08, SOC2A_K02, SOC2A_K04
Warsztat badań focusowych	Ćwiczenia projektowe	Aktywność na zajęciach, Wykonanie ćwiczeń, Wykonanie projektu, Kolokwium	SOC2A_W10, SOC2A_W09, SOC2A_U08, SOC2A_U06, SOC2A_U13, SOC2A_K02
Teoretyczny ogląd świata współczesnego. WTS II	Konwersatorium	Aktywność na zajęciach, Esej, Prezentacja	SOC2A_W03, SOC2A_W02, SOC2A_U03, SOC2A_K04
Nowe media i społeczne systemy medialne	Wykład, Ćwiczenia projektowe	Projekt, Egzamin, Aktywność na zajęciach, Prezentacja	SOC2A_W08, SOC2A_W12, SOC2A_W13, SOC2A_U04, SOC2A_U07, SOC2A_U14, SOC2A_U09, SOC2A_U11, SOC2A_U12, SOC2A_K04, SOC2A_K02
Użyteczność i dostępność w sieci. Wstęp do projektowania interfejsów	Ćwiczenia projektowe	Aktywność na zajęciach, Wykonanie ćwiczeń, Wykonanie projektu, Projekt	SOC2A_W11, SOC2A_W09, SOC2A_U07, SOC2A_U08, SOC2A_U09, SOC2A_U14, SOC2A_K02, SOC2A_K04

Nazwa modułu zajęć	Forma zajęć dydaktycznych	Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w ramach poszczególnych form zajęć i dla całego modułu zajęć	Odniesienia do KEU
Social media w e-gospodarce	Zajęcia warsztatowe	Aktywność na zajęciach, Wykonanie ćwiczeń	SOC2A_W11, SOC2A_W12, SOC2A_W13, SOC2A_U07, SOC2A_U08, SOC2A_U13, SOC2A_K07
E-gospodarka	Wykład	Aktywność na zajęciach, Egzamin	SOC2A_W02, SOC2A_W05, SOC2A_W08, SOC2A_W14, SOC2A_U02, SOC2A_U06, SOC2A_U12, SOC2A_K03
Nowoczesne zarządzanie marketingowe	Wykład, Konwersatorium	Udział w dyskusji, Kolokwium, Prezentacja, Aktywność na zajęciach, Wykonanie ćwiczeń, Wykonanie projektu, Studium przypadków	SOC2A_W06, SOC2A_W14, SOC2A_U14, SOC2A_U05, SOC2A_U06, SOC2A_K08, SOC2A_K04
Warsztat analityki internetowej	Ćwiczenia projektowe	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Wykonanie ćwiczeń, Wykonanie projektu, Projekt, Studium przypadków	SOC2A_W10, SOC2A_W11, SOC2A_U12, SOC2A_U08, SOC2A_U14, SOC2A_U13, SOC2A_K02, SOC2A_K04
Elektroniczne formy komunikacji	Ćwiczenia projektowe	Aktywność na zajęciach, Wykonanie ćwiczeń, Projekt	SOC2A_W12, SOC2A_U07, SOC2A_U13, SOC2A_K07, SOC2A_K02, SOC2A_K04
Zróżnicowanie kultur w społeczeństwie informacyjnym	Zajęcia seminaryjne	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Referat, Przygotowanie pracy dyplomowej, Prezentacja	SOC2A_W14, SOC2A_W09, SOC2A_U03, SOC2A_U08, SOC2A_U06, SOC2A_U12, SOC2A_U10, SOC2A_K02, SOC2A_K03, SOC2A_K01
Socjologia instytucji: gospodarka, polityka, kultura	Zajęcia seminaryjne	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Referat, Przygotowanie pracy dyplomowej	SOC2A_W14, SOC2A_W09, SOC2A_U08, SOC2A_U10, SOC2A_U12, SOC2A_U03, SOC2A_U06, SOC2A_K02, SOC2A_K03, SOC2A_K01
Przestrzeń, codzienność, materialność	Zajęcia seminaryjne	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Referat, Przygotowanie pracy dyplomowej	SOC2A_W09, SOC2A_W14, SOC2A_U12, SOC2A_U08, SOC2A_U06, SOC2A_U10, SOC2A_U03, SOC2A_U14, SOC2A_K03, SOC2A_K02
Teoria i praktyka społeczeństwa informacyjnego. Konsekwencje rozwoju nowych technologii w życiu społecznym, polityce i gospodarce	Zajęcia seminaryjne	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Referat, Przygotowanie pracy dyplomowej	SOC2A_W09, SOC2A_W14, SOC2A_U12, SOC2A_U08, SOC2A_U06, SOC2A_U03, SOC2A_U10, SOC2A_U14, SOC2A_K03, SOC2A_K02
Personal branding, marketing i sprzedaż na platformie (LinkedIn)	Zajęcia warsztatowe	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Wykonanie ćwiczeń, Projekt, Studium przypadków	SOC2A_W13, SOC2A_U09, SOC2A_U12, SOC2A_K07

Nazwa modułu zajęć	Forma zajęć dydaktycznych	Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w ramach poszczególnych form zajęć i dla całego modułu zajęć	Odniesienia do KEU
Socjologia rynku	Wykład	Aktywność na zajęciach, Prezentacja	SOC2A_W03, SOC2A_W05, SOC2A_U06, SOC2A_U08, SOC2A_U02, SOC2A_U03, SOC2A_K05
Analiza sieci społecznych	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	Kolokwium, Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Wykonanie projektu, Projekt	SOC2A_W04, SOC2A_W10, SOC2A_U08, SOC2A_U01, SOC2A_K04
Nowe technologie w sferze społecznej i edukacji (e-health, e-government, e-learning)	Ćwiczenia projektowe	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Wykonanie ćwiczeń, Projekt, Studium przypadków	SOC2A_W14, SOC2A_U08, SOC2A_U13, SOC2A_K02, SOC2A_K05, SOC2A_K04
Nowe formy pracy i nowoczesna komunikacja w firmie	Ćwiczenia projektowe	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Wykonanie ćwiczeń, Projekt, Studium przypadków	SOC2A_W06, SOC2A_W14, SOC2A_U06, SOC2A_K08, SOC2A_K02
E-inicjatywy zorientowane społecznie	Ćwiczenia projektowe	Aktywność na zajęciach, Wykonanie ćwiczeń, Projekt	SOC2A_W14, SOC2A_W05, SOC2A_K05, SOC2A_U09, SOC2A_U13, SOC2A_K02, SOC2A_K04
E-praca	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Projekt, Egzamin, Studium przypadków, Prezentacja	SOC2A_W06, SOC2A_W14, SOC2A_U07, SOC2A_U08, SOC2A_U11, SOC2A_U02, SOC2A_U03, SOC2A_U06, SOC2A_U04, SOC2A_K07
Socjotechnika	Ćwiczenia projektowe	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Projekt, Studium przypadków, Prezentacja	SOC2A_W07, SOC2A_W12, SOC2A_U06, SOC2A_U07, SOC2A_U09, SOC2A_K08
Innowacyjność i marketing w e-gospodarce. E-biznes	Zajęcia warsztatowe	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Wykonanie ćwiczeń, Projekt, Studium przypadków	SOC2A_W12, SOC2A_U08, SOC2A_U09, SOC2A_K04, SOC2A_K07
Content Marketing: research, projektowanie treści	Zajęcia warsztatowe	Aktywność na zajęciach, Wykonanie ćwiczeń, Wykonanie projektu	SOC2A_W11, SOC2A_W12, SOC2A_W13, SOC2A_U07, SOC2A_U08, SOC2A_U13, SOC2A_K07
Wirtualna rzeczywistość w biznesie	Ćwiczenia projektowe	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Studium przypadków, Prezentacja	SOC2A_W11, SOC2A_U08, SOC2A_U09, SOC2A_K07
Zarządzanie różnorodnością	Wykład, Ćwiczenia projektowe	Egzamin, Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Wykonanie ćwiczeń, Wykonanie projektu, Projekt, Studium przypadków	SOC2A_W07, SOC2A_W05, SOC2A_U04, SOC2A_U05, SOC2A_U03, SOC2A_U14, SOC2A_U13, SOC2A_K06, SOC2A_K03

Nazwa modułu zajęć	Forma zajęć dydaktycznych	Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w ramach poszczególnych form zajęć i dla całego modułu zajęć	Odniesienia do KEU
Psychologia przedsiębiorczości	Wykład	Wykonanie projektu, Kolokwium	SOC2A_W02, SOC2A_W04, SOC2A_W05, SOC2A_W07, SOC2A_W06, SOC2A_W15, SOC2A_U02, SOC2A_U03, SOC2A_U12, SOC2A_U14, SOC2A_K01, SOC2A_K02, SOC2A_K03, SOC2A_K05
E-commerce	Zajęcia warsztatowe	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Projekt, Studium przypadków , Prezentacja	SOC2A_W11, SOC2A_U09, SOC2A_U14, SOC2A_K02, SOC2A_K03
Demokracja lokalna i społeczeństwo obywatelskie	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Egzamin, Kolokwium, Prezentacja	SOC2A_W02, SOC2A_W05, SOC2A_W06, SOC2A_W07, SOC2A_W14, SOC2A_U01, SOC2A_U06, SOC2A_U08, SOC2A_U11, SOC2A_K03, SOC2A_K05
Fakultet w języku obcym	Wykład	Aktywność na zajęciach, Esej	SOC2A_W04, SOC2A_W07, SOC2A_W14, SOC2A_W05, SOC2A_W06, SOC2A_W08, SOC2A_W11, SOC2A_W12, SOC2A_W13, SOC2A_U01, SOC2A_U02, SOC2A_U03, SOC2A_K03, SOC2A_K05
Zróżnicowanie kultur w społeczeństwie informacyjnym	Zajęcia seminaryjne	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Referat, Przygotowanie pracy dyplomowej, Prezentacja	SOC2A_W14, SOC2A_W09, SOC2A_U03, SOC2A_U08, SOC2A_U06, SOC2A_U12, SOC2A_U10, SOC2A_K02, SOC2A_K03, SOC2A_K01
Przestrzeń, codzienność, materialność	Zajęcia seminaryjne	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Referat, Przygotowanie pracy dyplomowej	SOC2A_W09, SOC2A_W14, SOC2A_U12, SOC2A_U08, SOC2A_U06, SOC2A_U10, SOC2A_U03, SOC2A_U14, SOC2A_K03, SOC2A_K02
Teoria i praktyka społeczeństwa informacyjnego. Konsekwencje rozwoju nowych technologii w życiu społecznym, polityce i gospodarce	Zajęcia seminaryjne	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Referat, Przygotowanie pracy dyplomowej	SOC2A_W09, SOC2A_W14, SOC2A_U12, SOC2A_U08, SOC2A_U06, SOC2A_U03, SOC2A_U10, SOC2A_U14, SOC2A_K03, SOC2A_K02
Socjologia instytucji: gospodarka, polityka, kultura	Zajęcia seminaryjne	Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Referat, Przygotowanie pracy dyplomowej	SOC2A_W14, SOC2A_W09, SOC2A_U08, SOC2A_U10, SOC2A_U12, SOC2A_U03, SOC2A_U06, SOC2A_K02, SOC2A_K03, SOC2A_K01
Praktyka krajowa lub zagraniczna	Praktyka zawodowa	Sprawozdanie z odbycia praktyki , Potwierdzenie realizacji programu praktyki	SOC2A_W10, SOC2A_U08, SOC2A_U13, SOC2A_K04, SOC2A_K05, SOC2A_K06

Nazwa modułu zajęć	Forma zajęć dydaktycznych	Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w ramach poszczególnych form zajęć i dla całego modułu zajęć	Odniesienia do KEU
Praca dyplomowa	Praca dyplomowa	Przygotowanie pracy dyplomowej	SOC2A_W10, SOC2A_W14, SOC2A_W15, SOC2A_U03, SOC2A_U08, SOC2A_U12, SOC2A_K02

ECTS

Kierunek: Socjologia

Specjalność: E-gospodarka

Łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach:

zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	100
zajęć z zakresu nauk podstawowych właściwych dla danego kierunku studiów	98
zajęć o charakterze praktycznym, kształtujących umiejętności praktyczne, w tym zajęć laboratoryjnych, projektowych, praktycznych i warsztatowych	39
zajęć podlegających wyborowi przez studenta (w wymiarze nie mniejszym niż 30% liczby punktów ECTS koniecznych do uzyskania kwalifikacji odpowiadających poziomowi kształcenia)	66
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	
zajęć z języka obcego	2
praktyk zawodowych	4
zajęć związanych z prowadzoną w Uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów, w wymiarze większym niż 50% liczby punktów ECTS wymaganej do ukończenia studiów na danym poziomie, z uwzględnieniem udziału studentów w zajęciach przygotowujących do prowadzenia działalności naukowej lub udziału w tej działalności (dotyczy tylko studiów o profilu ogólnoakademickim)	62
zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w wymiarze większym niż 50% liczby punktów ECTS wymaganej do ukończenia studiów na danym poziomie (dotyczy tylko studiów o profilu praktycznym)	

Szczegółowe zasady realizacji programu studiów ustalone przez dziekana wydziału (tzw. zasady studiowania)

Kierunek: Socjologia

Specjalność: E-gospodarka

Zasady wpisu na kolejny semestr

Student jest wpisywany na kolejny semestr jeśli zaliczył wszystkie wymagane programem przedmioty.

Zasady wpisu na kolejny semestr studiów w ramach tzw. dopuszczalnego deficytu punktów ECTS

Student może być wpisany na kolejny semestr z deficytem punktowym, który nie może przekraczać łącznie 12 ECTS. Wniosek w tej sprawie należy złożyć do Dziekana Wydziału.

Dopuszczalny deficyt punktów ECTS

12

Organizacja zajęć w ramach tzw. bloków zajęć (tj. taka organizacja przedmiotów lub poszczególnych form zajęć, która zakłada odstępstwa od cykliczności prowadzenia zajęć w poszczególnych tygodniach w danym semestrze studiów)

Bloki obejmują zajęcia ułożone sekwencyjnie w kolejnych semestrach, przy czym przedmioty warsztatowe realizowane są w kilkugodzinnych blokach.

Semestry kontrolne

0

Zasady odbywania studiów według indywidualnej organizacji studiów

O odbywanie studiów według indywidualnej organizacji studiów (w tym planu studiów) może się starać w szczególności student:

- 1) szczególnie uzdolniony i wyróżniający się w nauce;
- 2) niepełnosprawny;
- 3) znajdujący się w trudnej sytuacji życiowej;
- 4) biorący udział w zawodach sportowych na poziomie krajowym lub międzynarodowym;
- 5) pragnący odbyć część studiów w innej uczelni;
- 6) studiujący na więcej niż jednym kierunku studiów;
- 7) wybrany do kolegiального organu Uczelni;
- 8) w stosunku do którego potwierdzono efekty uczenia się.

Indywidualna organizacja studiów może dotyczyć zajęć w ramach jednego lub kilku semestrów albo całego toku studiów. Studiowanie wg IOS nie zwalnia studenta z uczestnictwa w zajęciach.

O IOS studenci I roku studiów pierwszego stopnia mogą ubiegać się tylko w wyjątkowych sytuacjach. Decyzja w tej sprawie pozostaje w gestii Dziekana.

Procedura starania się o IOS i jej realizacja:

Wniosek o przyznanie indywidualnej organizacji studiów wraz z uzasadnieniem należy kierować do Prodziekana ds. Współpracy i Studentów. Wniosek z uzasadnieniem należy złożyć w dziekanacie bezpośrednio po zaistnieniu przyczyny stanowiącej podstawę do jej udzielenia. Wraz z wnioskiem Student zobowiązany jest przedłożyć Prodziekanowi do akceptacji semestralny plan studiów.

Student może się zwrócić do Prodziekana z prośbą o zgodę na to, by okresem rozliczeniowym był rok akademicki, a nie semestr studiów (w przypadku, gdy IOS dotyczy zajęć w ramach więcej niż jednego semestru).

Indywidualna organizacja studiów, w tym plan studiów, może polegać w szczególności na:

indywidualnym doborze modułów zajęć, metod i form kształcenia; modyfikacji formy i terminów zaliczeń i egzaminów;

modyfikacji liczby punktów ECTS wymaganych do zaliczenia semestru studiów; modyfikacji tygodniowego terminarza zajęć poprzez wybór grupy zajęciowej i/lub godzin zajęć w sposób umożliwiający realizację obowiązującego programu studiów z dostosowaniem do możliwości czasowych studenta; zmianach terminów egzaminów i zaliczeń w porozumieniu z prowadzącym przedmiot lub zajęcia.

Prodziekan wyznacza opiekuna naukowo-dydaktycznego, który na bieżąco (przynajmniej dwukrotnie w semestrze) weryfikuje realizację przez studenta semestralnego planu studiów zatwierzonego przez Prodziekana Wydziału.

Odbywanie części studiów w innej uczelni:

Student który planuje odbyć część studiów w innej uczelni może ubiegać się o indywidualny plan konkretnego semestru studiów. Wówczas student zobowiązany jest przed wyjazdem dopełnić następujących warunków:

- przygotować porozumienie o planie zajęć zawierające zestawienie przedmiotów, jakie student zamierza studiować w innej uczelni i ich odpowiedniki w obowiązującym programie studiów; Prodziekan zatwierdza porozumienie, określając, jakie przedmioty będą mogły być zaliczone studentowi po powrocie;
- uzyskać urlop na czas odbywania studiów poza Uczelnią, chyba że nie jest to wymagane z uwagi na formułę wyjazdu (np. w ramach zorganizowanych programów).

Zaliczenie okresu studiów odbytych poza Uczelnią dokonane zostaje po powrocie studenta

i przedłożeniu przez niego dokumentów z innej uczelni zawierających potwierdzenie zaliczonych przedmiotów z wyszczególnieniem ich programu, liczby uzyskanych punktów ECTS, liczby godzin zaliczonych zajęć oraz uzyskanych ocen.

Zaliczenia przedmiotów realizowanych w innej uczelni dokonuje Prodziekan Wydziału

z uwzględnieniem zasad określonych w Regulaminie studiów AGH § 12 ust. 8. Student zobowiązany jest złożyć te dokumenty niezwłocznie po powrocie, nie później jednak niż w terminie właściwym do uzyskania wpisu na kolejny semestr.

Sprawy, które nie zostały ujęte w niniejszym zbiorze zasad określa Regulamin Studiów AGH.

Warunki realizacji praktyk zawodowych, w tym w szczególności system kontroli praktyk i ich zaliczania

Studenci ewidencjonują przebieg praktyk w dzienniczkach praktyk, których druk dostarczany jest przez dziekanat WH.

Wpisy w dzienniczku praktyk muszą zostać potwierdzone przez zakładowego opiekuna praktyk (wyznaczonego przez zakład pracy w którym odbywana jest praktyka).

Na tej podstawie opiekun dydaktyczny praktyk dokonuje wpisu zaliczenia z praktyki.

Zasady obieralności modułów zajęć

W ramach przedmiotów obieralnych student powinien uzyskać 66 punktów ECTS w całym cyklu kształcenia. Moduł ten obejmuje:

- a) przedmiot fakultatywny w języku obcym – student wybiera jeden z przedmiot z oferty WH lub z oferty UBPO;
- b) praktykę zawodową – student dokonuje wyboru z listy podmiotów oferujących praktyki lub podejmuje samodzielny wybór miejsca odbywania praktyki (po zatwierdzeniu przez opiekuna praktyk i Dziekana);
- c) moduły specjalności - wybór specjalności;
- d) warsztaty uzupełniające - wybór specjalności powoduje wybór warsztatów, które uzupełniają wiedzę, umiejętności i kompetencje studenta;
- e) proseminarium dyplomowe i seminarium dyplomowe - student w semestrze drugim wybiera proseminarium i kontynuuje je jako seminarium w semestrach trzecim i czwartym.

Zasady obieralności ścieżek kształcenia, ścieżek dyplomowania lub specjalności albo kwalifikacji na nie

Student wybiera specjalność na podstawie składanej podczas rekrutacji deklaracji. Wybór określonej specjalności w pierwszym semestrze powoduje konieczność jej kontynuowania w kolejnych semestrach. W przypadku zbyt małej liczby studentów (poniżej 20 osób) specjalność może nie zostać uruchomiona.

Warunki i wymagania związane z przygotowaniem projektów dyplomowych i prac dyplomowych oraz realizacją procesu dyplomowania

Egzamin dyplomowy na studiach drugiego stopnia (magisterskich) na kierunku kulturoznawstwo i na kierunku socjologia ma formę ustną i odbywa się przed Komisją. Komisja musi posiadać trzyosobowy skład. Przewodniczącym Komisji jest Dziekan lub osoba przez niego upoważniona. Członkami Komisji są: promotor pracy i recenzent pracy. W wyjątkowych sytuacjach nieobecności jednego z członków Komisji, wyznacza on zastępstwo w porozumieniu z Dziekanem lub Przewodniczącym Komisji.

Egzamin dyplomowy obejmuje:

- prezentację pracy,
- dyskusję dotyczącą pracy,
- egzamin ustny.

Recenzje są jawne i do wglądu studenta; może on w Dziekanacie odebrać ich kopię.

Zakres tematyczny egzaminu ustnego wynika z zakresu treści merytorycznych przedmiotów

w czasie trwania studiów. Podczas egzaminu studentowi zostaną postawione przez Komisję minimum trzy pytania, których zakres merytoryczny musi znacząco wykraczać poza treści pracy magisterskiej.

Ocena egzaminu dyplomowego (magisterskiego) ustalana jest w oparciu o średnią arytmetyczną ze wszystkich ocen częściowych uzyskanych za prezentację pracy i odpowiedzi na wszystkie postawione przez Komisję pytania (§ 26 p. 11 Regulaminu Studiów AGH).

Zasady ustalania ogólnego wyniku ukończenia studiów

Zasady ustalania wyniku ukończenia studiów: zgodnie z regulaminem Studiów AGH, wynik ukończenia studiów wpisywany do dyplomu oraz suplementu ustalany jest jako średnia ważona następujących ocen:

- a) średniej ocen ze studiów (waga 0,6);
- b) ostatecznej oceny pracy dyplomowej (waga 0,2);
- c) oceny egzaminu dyplomowego (waga 0,2).

Inne wymagania związane z realizacją programu studiów wynikające z Regulaminu studiów albo innych przepisów obowiązujących w Uczelni

brak