



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 | 11 |
| Matryca charakterystyk efektów uczenia się w odniesieniu do modułów zajęć | 16 |
| Matryca kierunkowych efektów uczenia się w odniesieniu do form zajęć i sposobu zaliczenia, które pozwalają na ich uzyskanie | 19 |
| Łączna liczba punktów ECTS | 24 |
| Szczegółowe zasady realizacji programu studiów ustalone przez dziekana wydziału | 25 |

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: | 0314 |
| Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie: | 120 |
| Tytuł zawodowy nadawany absolwentom: | magister |
| Termin rozpoczęcia cyklu: | 2025/2026, 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 i misją uczelni

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 deklaruowała 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 skutecznej 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 |
| 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 |

| Symbol KEU | Kierunkowe efekty uczenia się | Symbol CEU |
|-------------------|--|-------------------|
| 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 |
| 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

2025/2026/S/III/H/SOC/EG

| Przedmiot | Kod | Semestr | 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.06852.25 | 1s | | | | | | | | | | | x | x | | | | | | | | | | | x | | | | | | | | x | x | x | | | x | |
| Cyberkultura | HSOCEGS.II1O.06055.25 | 1s | | | | | | | | | | x | | | | | | | | | | | | | x | | | | | x | x | x | x | | | x | x | | |
| Antropologia współczesna | HSOCEGS.II1O.15464.25 | 1s | x | x | | x | | | | x | | | | | | x | | x | | | | | | | | | x | | | | | | x | | | | x | | |
| Społeczności wirtualne | HSOCEGS.II1S.06128.25 | 1s | x | | | | | | | | | | x | | x | | | | | | | x | x | | | x | | | | | | x | | x | | | | | |
| Warsztat analityki internetowej | HSOCEGS.II1S.05060.25 | 1s | | | | | | | | | | x | x | | | | | | x | | | x | x | | x | x | x | x | | | | | | x | x | | | x | |
| Socjologia gospodarki | HSOCEGS.II1S.02870.25 | 1s | x | x | | x | x | x | | | | | | | x | | | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | | | | | x | x | x | | | | |
| Język reklamy | HSOCEGS.II1O.04504.25 | 1s | x | | | | x | | x | | | | | | | x | | | | x | | | | | | | | | | | | | x | x | x | | | | |
| Język obcy | HSOCEGS.II1JO.00549.25 | 1s | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | x | x | | | | | | | | | | | |
| Zarządzanie e-projektem | HSOCEGS.II1S.07032.25 | 1s | | | | | x | | | | | | x | | | | | | | | | | x | x | | | | | | | | | | x | | | | | |
| Zaawansowane metody analizy danych | HSOCEGS.II1S.00310.25 | 1s | | | x | | | | | | x | x | | | | | | | | | | | x | x | | | | | | | | | | x | | x | | | |
| Typy zróżnicowania społecznego | HSOCEGS.II1S.05055.25 | 1s | x | | x | | | x | | | | | | | | | | | | | | | | | | | x | x | | | | | | | | x | x | | |
| Metodologia nauk społecznych | HSOCEGS.II1S.05047.25 | 1s | x | | x | x | | | | x | x | x | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| Przedmiot | Kod | Semestr | 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 | | | |
|---|-----------------------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---|--|--|
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Socjologia organizacji | HSOCEGS.II10.01789.25 | 1s | x | x | x | x | x | x | | | | | | | | | | x | 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 1 | HSOCEGS.II2S.06083.25 | 2s | | | | | | | | x | | | | | x | | | | x | | x | | x | x | | | | | | | x | x | x | | | | | | | | | |
| Socjologia instytucji: gospodarka, polityka, kultura 1 | HSOCEGS.II2S.06079.25 | 2s | | | | | | | | | x | | | | x | | | | | x | | x | x | x | | | | | | | | x | x | x | | | | | | | | |
| Zróżnicowanie kultur w społeczeństwie informacyjnym 1 | HSOCEGS.II2S.08106.25 | 2s | | | | | | | | | x | | | | x | | | | | x | | x | x | x | | | | | | | | x | x | x | | | | | | | | |
| Big data w badaniach społecznych | HSOCEGS.II2S.15369.25 | 2s | | | | | | | | | x | x | | | | | | | | x | | x | x | | | | | | x | | | | | | | | | | | x | | |
| Gospodarka zakorzeniona społecznie i kulturowo w świecie globalnych przepływów i nowych technologii 1 | HSOCEGS.II20.14720.25 | 2s | x | | x | | | | | | | | | | | | | | | x | | x | x | | | | | | | | | x | | x | | | | | | | | |
| Badania w działaniu | HSOCEGS.II2S.07562.25 | 2s | | x | | x | | | | x | x | x | | | | | x | | | x | | x | x | | | | | x | x | | | | x | | x | | | | | | | |
| Warsztat web mining | HSOCEGS.II2S.15370.25 | 2s | | | | | | | x | | | x | x | x | | | | | | | x | | | | | x | x | | | x | | x | | | | | | | | | | |
| Współczesna filozofia społeczna | HSOCEGS.II2S.05057.25 | 2s | | x | | x | x | x | | x | | | | | | | | | x | | x | | | | | | | | | | | | | | | | | x | | x | | |
| Teorie w działaniu | HSOCEGS.II2S.15371.25 | 2s | | x | x | | | | | | | | | | | | | | | | x | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| Przedmiot | Kod | Semestr | 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.06057.25 | 2s | | | | | | | | | x | | x | | | | | | | | | | | x | x | x | | | | x | | x | | x | | | | | | | | | | | | | | |
| Social media w e-gospodarce | HSOCEGS.II2S.06058.25 | 2s | | | | | | | | | | | x | x | x | | | | | | | | | | x | x | | | x | | | | | | | | | | | x | | | | | | | | |
| Gospodarka cyfrowa | HSOCEGS.II2S.15372.25 | 2s | x | | | | x | | | | | | | | | x | | x | | | | | | | | | x | | | | | | | | x | | | | | | | | | | | | | |
| Komunikacja marketingowa | HSOCEGS.II2S.14765.25 | 2s | x | | | x | x | x | x | | | | | | | | | | x | x | x | | | | | | | | | x | | x | | | | x | | | | | x | | | | | | | |
| Socjotechnika | HSOCEGS.II2S.05502.25 | 2s | | | | | | | | x | | | | | x | | | | | | | | | x | x | | x | | | | | | | | | | | | | | | x | | | | | | |
| Demokracja lokalna i społeczeństwo obywatelskie | HSOCEGS.II2S.05056.25 | 2s | x | | | | x | x | x | | | | | | | x | | x | | | | | | | | | | x | | | | | | | | x | | x | | | | | | | | | | |
| Zróżnicowanie kultur w społeczeństwie informacyjnym 2 | HSOCEGS.II4S.13898.25 | 3s | | | | | | | | | x | | | | | x | | | | | x | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Socjologia instytucji: gospodarka, polityka, kultura 2 | HSOCEGS.II4S.13884.25 | 3s | | | | | | | | | | x | | | | | x | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Teoria i praktyka społeczeństwa informacyjnego. Konsekwencje rozwoju nowych technologii w życiu społecznym, polityce i gospodarce 2 | HSOCEGS.II4S.13889.25 | 3s | | | | | | | | | | x | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Zarządzanie marką na rynku pracy | HSOCEGS.II4S.15373.25 | 3s | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Socjologia rynku | HSOCEGS.II4S.07426.25 | 3s | | x | | | x | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Matryca charakterystyk efektów uczenia się w odniesieniu do modułów zajęć

Kierunek: Socjologia

Specjalność: E-gospodarka

2025/2026/S/III/H/SOC/EG

| Przedmiot | Kod | Semestr | P7S | | | | | | | | | |
|---|-------------------------|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---|
| | | | WG_A | WK_A | UK_A | UW_A | UO_A | UU_A | KK_A | KO_A | KR_A | |
| Znaczenie mobile w e-biznesie | HSOCEGS.III1S.06852.25 | 1s | x | | | x | | | | x | x | |
| Cyberkultura | HSOCEGS.III10.06055.25 | 1s | x | | | x | | | | x | x | |
| Antropologia współczesna | HSOCEGS.III10.15464.25 | 1s | x | x | x | | | | x | x | x | |
| Społeczności wirtualne | HSOCEGS.III1S.06128.25 | 1s | x | x | x | x | x | | | x | | |
| Warsztat analityki internetowej | HSOCEGS.III1S.05060.25 | 1s | x | | x | x | | | | x | x | |
| Socjologia gospodarki | HSOCEGS.III1S.02870.25 | 1s | x | x | x | x | | | | x | | |
| Język reklamy | HSOCEGS.III10.04504.25 | 1s | x | x | x | | | | | x | | |
| Język obcy | HSOCEGS.III1JO.00549.25 | 1s | | | x | | | | | | | |
| Zarządzanie e-projektem | HSOCEGS.III1S.07032.25 | 1s | x | | x | x | x | | | x | | |
| Zaawansowane metody analizy danych | HSOCEGS.III1S.00310.25 | 1s | x | x | x | x | x | | | x | | |
| Typy zróżnicowania społecznego | HSOCEGS.III1S.05055.25 | 1s | x | | x | x | x | | | x | | |
| Metodologia nauk społecznych | HSOCEGS.III1S.05047.25 | 1s | x | x | x | x | | | x | x | | |
| Socjologia organizacji | HSOCEGS.III10.01789.25 | 1s | x | x | x | x | | | x | x | | x |
| Teoria i praktyka społeczeństwa informacyjnego. Konsekwencje rozwoju nowych technologii w życiu społecznym, polityce i gospodarce 1 | HSOCEGS.III2S.06083.25 | 2s | x | x | x | x | | | | x | | |
| Socjologia instytucji: gospodarka, polityka, kultura 1 | HSOCEGS.III2S.06079.25 | 2s | x | x | x | x | | | | x | | |

| Przedmiot | Kod | Semestr | 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 |
|---|-----------------------|---------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | | | | | | | | | | | |
| Zróżnicowanie kultur w społeczeństwie informacyjnym 1 | HSOCEGS.II2S.08106.25 | 2s | x | x | x | x | | | x | | |
| Big data w badaniach społecznych | HSOCEGS.II2S.15369.25 | 2s | x | | x | x | x | | | | x |
| Gospodarka zakorzeniona społecznie i kulturowo w świecie globalnych przepływów i nowych technologii 1 | HSOCEGS.II2O.14720.25 | 2s | x | | x | | | | x | | |
| Badania w działaniu | HSOCEGS.II2S.07562.25 | 2s | x | x | x | x | x | | x | | |
| Warsztat web mining | HSOCEGS.II2S.15370.25 | 2s | x | | | x | | x | x | | |
| Współczesna filozofia społeczna | HSOCEGS.II2S.05057.25 | 2s | x | x | x | x | | | x | x | |
| Teorie w działaniu | HSOCEGS.II2S.15371.25 | 2s | x | | | x | | | x | | |
| Użyteczność i dostępność w sieci. Wstęp do projektowania interfejsów | HSOCEGS.II2S.06057.25 | 2s | x | | | x | | x | x | | |
| Social media w e-gospodarce | HSOCEGS.II2S.06058.25 | 2s | x | x | | x | x | | | x | |
| Gospodarka cyfrowa | HSOCEGS.II2S.15372.25 | 2s | x | x | x | x | | | x | | |
| Komunikacja marketingowa | HSOCEGS.II2S.14765.25 | 2s | x | x | x | x | | x | x | x | x |
| Socjotechnika | HSOCEGS.II2S.05502.25 | 2s | x | | x | x | | | | | x |
| Demokracja lokalna i społeczeństwo obywatelskie | HSOCEGS.II2S.05056.25 | 2s | x | x | x | x | | | x | x | |
| Zróżnicowanie kultur w społeczeństwie informacyjnym 2 | HSOCEGS.II4S.13898.25 | 3s | x | x | x | x | | | x | | |
| Socjologia instytucji: gospodarka, polityka, kultura 2 | HSOCEGS.II4S.13884.25 | 3s | x | x | x | x | | | x | | |
| Teoria i praktyka społeczeństwa informacyjnego. Konsekwencje rozwoju nowych technologii w życiu społecznym, polityce i gospodarce 2 | HSOCEGS.II4S.13889.25 | 3s | x | x | x | x | | x | x | | |
| Zarządzanie marką na rynku pracy | HSOCEGS.II4S.15373.25 | 3s | | x | | x | | | | x | |
| Socjologia rynku | HSOCEGS.II4S.07426.25 | 3s | x | | x | x | | | | x | |
| Analiza sieci społecznych | HSOCEGS.II4S.05462.25 | 3s | x | x | x | x | | | x | | |
| E-inicjatywy zorientowane społecznie | HSOCEGS.II4S.06093.25 | 3s | x | x | | x | x | | x | x | |

| Przedmiot | Kod | Semestr | 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 |
|---|-------------------------|---------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | | | | | | | | | | | |
| Kompetencje zawodowe w gospodarce cyfrowej | HSOCEGS.II4S.15374.25 | 3s | x | x | x | x | | x | x | | x |
| Techniki immersyjne w biznesie i dostępność nowych technologii | HSOCEGS.II4S.15375.25 | 3s | x | | | x | | | | x | |
| Zarządzanie różnorodnością | HSOCEGS.II4S.06060.25 | 3s | x | | x | x | x | x | x | x | |
| Psychologia przedsiębiorczości | HSOCEGS.II4S.16435.25 | 3s | x | x | x | x | | x | x | x | |
| E-commerce | HSOCEGS.II4S.07763.25 | 3s | x | | | x | | x | x | | |
| Socjologia wizualna | HSOCEGS.II4O.15377.25 | 3s | x | | | x | | | x | | |
| Zachowania w organizacji | HSOCEGS.II4S.15378.25 | 3s | x | x | x | x | x | | x | | |
| Socjologia finansów | HSOCEGS.II4S.15379.25 | 3s | x | x | x | | | x | x | x | |
| Fakultet w języku obcym | HSOCEGS.II8PJO.06600.25 | 4s | x | x | x | x | | | x | x | |
| Zróżnicowanie kultur w społeczeństwie informacyjnym 3 | HSOCEGS.II8S.13899.25 | 4s | x | x | x | x | | | x | | |
| Teoria i praktyka społeczeństwa informacyjnego. Konsekwencje rozwoju nowych technologii w życiu społecznym, polityce i gospodarce 3 | HSOCEGS.II8S.13890.25 | 4s | x | x | x | x | | x | x | | |
| Socjologia instytucji: gospodarka, polityka, kultura 3 | HSOCEGS.II8S.13885.25 | 4s | x | x | x | x | | | x | | |
| Praktyka krajowa lub zagraniczna | HSOCEGS.II8S.02872.25 | 4s | x | | | x | x | | x | x | |
| Praca dyplomowa | HSOCEGS.II8S.00163.25 | 4s | x | x | | x | | | x | | |
| Suma (obowiązkowy): | | | 36 | 21 | 25 | 34 | 11 | 11 | 31 | 16 | 5 |
| Suma (fakultatywny): | | | 11 | 10 | 11 | 10 | 0 | 2 | 11 | 1 | 0 |
| Suma: | | | 47 | 31 | 36 | 44 | 11 | 13 | 42 | 17 | 5 |

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

Kierunek: Socjologia

Specjalność: E-gospodarka

2025/2026/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 | 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 |
| Warsztat analityki internetowej | 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 | Konwersatorium | 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 |
| 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 |

| 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 |
|---|----------------------------------|--|---|
| 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 audytorjne | 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 | Konwersatorium | Aktywność na zajęciach, 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 |
| Socjologia organizacji | Wykład | Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Wynik testu zaliczeniowego | SOC2A_W01, SOC2A_W02, SOC2A_W03, SOC2A_W04, SOC2A_W05, SOC2A_W06, SOC2A_U05, SOC2A_U06, SOC2A_U01, SOC2A_U03, SOC2A_U08, SOC2A_U14, SOC2A_K01, SOC2A_K02, SOC2A_K04, SOC2A_K03, SOC2A_K08 |
| Teoria i praktyka społeczeństwa informacyjnego. Konsekwencje rozwoju nowych technologii w życiu społecznym, polityce i gospodarce 1 | 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 |
| Socjologia instytucji: gospodarka, polityka, kultura 1 | 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 |
| Zróżnicowanie kultur w społeczeństwie informacyjnym 1 | 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 |
| Big data w badaniach społecznych | Zajęcia warsztatowe | Aktywność na zajęciach, Projekt, Zaangażowanie w pracę zespołu, Prezentacja | SOC2A_W09, SOC2A_W10, SOC2A_U13, SOC2A_U06, SOC2A_U08, SOC2A_U03, SOC2A_K08 |
| Gospodarka zakorzeniona społecznie i kulturowo w świecie globalnych przepływów i nowych technologii 1 | Zajęcia seminaryjne | Aktywność na zajęciach, Esej | SOC2A_W01, SOC2A_W03, SOC2A_U02, SOC2A_U05, SOC2A_U06, SOC2A_K01, SOC2A_K03 |
| 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 |

| 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 |
|---|---|---|---|
| Warsztat web mining | Zajęcia warsztatowe | 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 |
| 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 |
| Teorie w działaniu | Konwersatorium | Aktywność na zajęciach, Projekt | SOC2A_W03, SOC2A_W02, SOC2A_U03, SOC2A_K04 |
| 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 |
| 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 |
| Gospodarka cyfrowa | Konwersatorium | Aktywność na zajęciach, Egzamin | SOC2A_W02, SOC2A_W05, SOC2A_W08, SOC2A_W14, SOC2A_U02, SOC2A_U06, SOC2A_U12, SOC2A_K03 |
| Komunikacja marketingowa | Wykład, Konwersatorium, Zajęcia warsztatowe | Udział w dyskusji, Wynik testu zaliczeniowego, Aktywność na zajęciach, Wykonanie ćwiczeń, Kolokwium, Studium przypadków, Prezentacja, Wykonanie ćwiczeń laboratoryjnych, Projekt, Zaangażowanie w pracę zespołu | SOC2A_W01, SOC2A_W04, SOC2A_W06, SOC2A_W05, SOC2A_W07, SOC2A_U02, SOC2A_U04, SOC2A_U09, SOC2A_U14, SOC2A_U03, SOC2A_U06, SOC2A_U08, SOC2A_K02, SOC2A_K05, SOC2A_K08 |
| Socjotechnika | Zajęcia warsztatowe | Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Prezentacja | SOC2A_W07, SOC2A_W12, SOC2A_U06, SOC2A_U07, SOC2A_U09, SOC2A_K08 |
| 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 |
| Zróżnicowanie kultur w społeczeństwie informacyjnym 2 | 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 2 | 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 |
| Teoria i praktyka społeczeństwa informacyjnego. Konsekwencje rozwoju nowych technologii w życiu społecznym, polityce i gospodarce 2 | 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 |

| 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 |
|--|----------------------------------|--|--|
| Zarządzanie marką na rynku pracy | Zajęcia warsztatowe | Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Wykonanie ćwiczeń, Projekt, Studium przypadków | SOC2A_W13, SOC2A_U09, SOC2A_U12, SOC2A_K07 |
| Socjologia rynku | Konwersatorium | Aktywność na zajęciach, Prezentacja | SOC2A_W03, SOC2A_W05, SOC2A_U06, SOC2A_U08, SOC2A_U02, SOC2A_U03, SOC2A_K05 |
| Analiza sieci społecznych | Konwersatorium | Aktywność na zajęciach, Wynik testu zaliczeniowego | SOC2A_W04, SOC2A_W10, SOC2A_U08, SOC2A_U01, SOC2A_K04 |
| 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 |
| Kompetencje zawodowe w gospodarce cyfrowej | Zajęcia warsztatowe | Aktywność na zajęciach, Udział w dyskusji, Projekt, Studium przypadków, Wynik testu zaliczeniowego, Prezentacja | SOC2A_W04, SOC2A_W05, SOC2A_W01, SOC2A_W06, SOC2A_U02, SOC2A_U03, SOC2A_U14, SOC2A_U12, SOC2A_U06, SOC2A_U08, SOC2A_K01, SOC2A_K02, SOC2A_K04, SOC2A_K08 |
| Techniki immersyjne w biznesie i dostępność nowych technologii | Zajęcia warsztatowe | 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 |
| Psychologia przedsiębiorczości | Wykład | Aktywność na zajęciach, 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 |
| Socjologia wizualna | Wykład, Zajęcia warsztatowe | Kolokwium, Aktywność na zajęciach, Wykonanie ćwiczeń laboratoryjnych, Wynik testu zaliczeniowego | SOC2A_W03, SOC2A_W10, SOC2A_W09, SOC2A_U07, SOC2A_U08, SOC2A_K02 |
| Zachowania w organizacji | Wykład | Kolokwium | SOC2A_W06, SOC2A_W07, SOC2A_W04, SOC2A_W05, SOC2A_U02, SOC2A_U03, SOC2A_U05, SOC2A_U06, SOC2A_U13, SOC2A_K02, SOC2A_K03, SOC2A_K04 |
| Socjologia finansów | Wykład | Egzamin | SOC2A_W01, SOC2A_W03, SOC2A_W04, SOC2A_U02, SOC2A_U05, SOC2A_U06, SOC2A_U14, SOC2A_K02, SOC2A_K04, SOC2A_K05 |

| 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 |
|---|----------------------------------|--|--|
| 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 3 | 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 |
| Teoria i praktyka społeczeństwa informacyjnego. Konsekwencje rozwoju nowych technologii w życiu społecznym, polityce i gospodarce 3 | 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 3 | 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 |
| 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 kolejalnego 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 zatwierdzonego 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 cząstkowych 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