**Załącznik nr 1 do uchwały Senatu nr 154/2015 z dnia 25 czerwca 2015 roku.**

**EFEKTY KSZTAŁCENIA NA STUDIACH II STOPNIA**

**DLA KIERUNKU SOCJOLOGIA**

**W WYŻSZEJ SZKOLE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI I ADMINISTRACJI W LUBLINIE**

**Sylwetka absolwenta**

Absolwent studiów II stopnia posiada wiedzę z zakresu ***socjologii*** i wybranych dyscyplin pokrewnych, takich jak ***psychologia*** i ***nauki o zarządzaniu***. Zdobyta przez niego wiedza oparta jest nie tylko na pogłębionej znajomości pojęć i koncepcji socjologicznych, które umożliwiają samodzielne badanie i krytyczną interpretację zjawisk, struktur i procesów społecznych, ale również budowaniu więzi społecznych i biznesowych z podmiotami znajdującymi się wewnątrz i na zewnątrz organizacji. Studia na kierunku Socjologiamają charakter wysoce praktyczny, obejmują przygotowanie licznych projektów o charakterze rynkowym i marketingowym. Elementem dodatkowo wzmacniającym ***praktyczny charakter studiów*** jest możliwość nabywania wiedzy i umiejętności od praktyków biznesowych, bezpośrednio w środowisku pracy w ramach 3-miesiecznych praktyk zawodowych. Istotnym elementem studiów, jest przygotowanie absolwenta do samodzielnej realizacji badań społecznych, tj. doboru próby badawczej, adekwatnych metod i technik badań jakościowych i ilościowych, projektowania narzędzia badawczego, kodowania i interpretacji uzyskanych wyników. Przestrzega zasad etyki zawodowej. Posiada umiejętności pracy zespołowej, a także podejmowania odpowiedzialnych ról. Skutecznie komunikuje się z otoczeniem, w tym z osobami reprezentującymi różny poziom specjalistycznego przygotowania. Wykazuje wrażliwość etyczną, refleksyjność oraz postawę prospołeczną. Jest przygotowany do podjęcia pracy w organizacjach publicznych (m.in w administracji rządowej i samorządowej) i prywatnych (m.in. w działach marketingu, zasobów ludzkich oraz badań i analiz rynkowych), na stanowiskach wymagających zaawansowanej wiedzy, a także umiejętności i kompetencji niezbędnych do samodzielnego rozwiązywania złożonych problemów zawodowych.

**Efekty kształcenia**

**Obszar kształcenia:** nauk społecznych

**Kierunek studiów:** Socjologia

**Poziom studiów:** studia drugiego stopnia

**Profil kształcenia:** praktyczny

**Objaśnienie oznaczeń:**

**K** – efekt kierunkowy

**2** – studia drugiego stopnia

**W** – kategoria wiedzy

**U** – kategoria umiejętności

**K** – kategoria kompetencji społecznych

**01**, **02, 03 i kolejne** – numer efektu kształcenia

**Tabela 1. Zamierzone szczegółowe efekty kształcenia**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Efekty kształcenia**  **dla kierunku** | **OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA**  **Po zakończeniu studiów I stopnia na kierunku *Socjologia* absolwent:** | **Odniesienie do efektów kształcenia w obszarze kształcenia w zakresie nauk społecznych** | **Przedmioty** |
| **WIEDZA** | | | |
| |  | | --- | | K\_W01 | | Ma pogłębioną wiedzę z zakresu nauk społecznych, w obszarze socjologii i nauk pokrewnych. | S2A\_W01 | Socjologia nowych patologii społecznych Socjologia małżeństw i rozwodów  Socjologia płci  Socjologia miasta i wsi  Socjologia pokoju i wojny  Socjologia religii  Socjologia organizacji  Tożsamość indywidualna i zbiorowa |
| K\_W02 | Ma pogłębioną wiedzę o różnych rodzajach struktur, w tym o organizacjach i instytucjach oraz procesach społecznych, w ujęciu lokalnym i globalnych, oraz zachodzących między nimi relacjach istotnych z punktu widzenia zmian społecznych. | S2A\_W02  S2A\_W03  S2A\_W07  S2A\_W08  S2A\_W09 | Globalne procesy społeczne  Psychologia społeczna  Diagnoza społeczna |
| K\_W03 | Ma pogłębioną i uporządkowaną wiedzę w zakresie projektowania i prowadzenia badań socjologicznych, o metodach i narzędziach oraz technikach pozyskiwania danych, pozwalających opisywać struktury, organizacje i instytucje społeczne. | S2A\_W06 | Prawne i etyczne aspekty prowadzenia badań rynku  Badania marketingowe i rynku  Budowa narzędzi badawczych  Badania dynamiczne  Sondaże telefoniczne i internetowe  Metoda delficka i próby eksperckie  Przygotowanie raportu z badań  Praktyczne aspekty prowadzenia badań rynku  Podstawy badań marketingowych |
| K\_W04 | Ma pogłębioną wiedzę o zróżnicowaniu społecznym oraz nierównościach społecznych, a także zna ich wpływ na życie jednostek i funkcjonowanie grup społecznych. | S2A\_W07  S2A\_W08  S2A\_W09 | Rodzina współczesna i jej przemiany  Zróżnicowanie społeczne  Diagnoza społeczna |
| K\_W05 | Ma pogłębioną wiedzę na temat celów i sposobów wdrażania polityki społecznej. | S2A\_W02  S2A\_W07 | Globalne procesy społeczne  Psychologia społeczna  Diagnoza społeczna |
| K\_W06 | Ma uporządkowaną i pogłębioną w wybranych zakresach wiedzę o celach i funkcjonowaniu organizacji i instytucji społecznych, obywatelskich, zbiorowych aktorów życia publicznego, oraz zachodzących między nimi relacjach. | S2A\_W02  S2A\_W03  S2A\_W09 | Satysfakcja klienta  Strategie cenowe  Rzeczywistość wirtualna |
| K\_W07 | Ma pogłębioną wiedzę o rodzajach więzi społecznych i rządzących nimi prawidłowościach oraz wiedzę pogłębioną w odniesieniu do wybranych kategorii więzi społecznych. | S2A\_W04 | Rodzina współczesna i jej przemiany  Budowanie zespołu i podział ról  Formy wspomagania rozwoju osobowego  Rzeczywistość wirtualna  Social media  Trener i mentor  CSR |
| K\_W08 | Ma pogłębiona wiedzę na temat różnych aspektów aktywności człowieka w kontekście organizacyjnym i społecznym. | S2A\_W05  S2A\_W10  S2A\_W11 | Zarządzanie czasem  Twórcze rozwiązywanie problemów  Diagnoza społeczna  Formy wspomagania rozwoju osobowego  Rzeczywistość wirtualna  Zagrożenia cyberprzestrzeni i świata wirtualnego  Funkcjonowanie w cyberprzestrzeni jako czynnik statusu  Trener i mentor |
| K\_W09 | Ma pogłębioną wiedzę nt. różnych wytworów kultury właściwych dla wybranych tradycji i cywilizacji. | S2A\_W09 | Kulturowe uwarunkowania biznesu  Pieniądz elektroniczny  Zdrowy styl życia  Media społecznościowe  Gry komputerowe i RPG  Rzeczywistość wirtualna  Zagrożenia cyberprzestrzeni i świata wirtualnego  Funkcjonowanie w cyberprzestrzeni jako czynnik statusu  Marketing polityczny  Event marketing  Social media |
| K\_W10 | Zna społeczne procesy komunikacji osób i instytucji oraz kultury masowej (ich mechanizmy i schematy) oraz potrafi opisywać społeczne funkcje mediów oraz efekty ich oddziaływania w procesie przepływu informacji. | S2A\_W05 | Profesjonalne prezentacje  Treść i obraz w przekazie marketingowym  Media relations  Rynek mediów  Komunikacja w sytuacjach kryzysowych  Metody budowania wewnętrznej motywacji  Teorie argumentacji  Techniki wywierania wpływu  PR – komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna  Komunikacja w świecie wirtualnym  Zagrożenia cyberprzestrzeni i świata wirtualnego  Marketing polityczny  Event marketing  Social media  Neuromarketing  Trendy w marketing  Trener i mentor  CSR  Projekt działań promocyjnych |
| K\_W11 | Zna zasady rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, wykorzystującej wiedzę z zakresu nauk społecznych. | S2A\_W11 | Formy wspomagania rozwoju osobowego  Metody budowania wewnętrznej motywacji  PR-komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna  Marketing polityczny  Event marketing  Social media  Neuromarketing |
| **UMIEJĘTNOŚCI** | | | |
| K\_U01 | Potrafi prawidłowo interpretować i wyjaśniać zjawiska społeczne (polityczne, kulturowe, gospodarcze) przy pomocy pojęć i teorii socjologicznych w sposób metodologicznie poprawny | S2A\_U01 | Socjologia nowych patologii społecznych Socjologia małżeństw i rozwodów  Socjologia płci  Socjologia miasta i wsi  Socjologia pokoju i wojny  Socjologia religii  Socjologia organizacji  Tożsamość indywidualna i zbiorowa  Pieniądz elektroniczny  Zdrowy styl życia  Media społecznościowe  Gry komputerowe i RPG  Rzeczywistość wirtualna |
| K\_U02 | Potrafi właściwie opisywać i analizować procesy i zjawiska społeczne, formułować problemy badawcze, dobierać adekwatne metody, techniki i konstruować narzędzia badawcze, a także opracowywać, prezentować i interpretować wyniki badań, wyciąga wnioski, wskazuje kierunki dalszych eksploracji, w obrębie wybranej subdyscypliny socjologii. | S2A\_U02 | Globalne procesy społeczne  Diagnoza społeczna  Rodzina współczesna i jej przemiany  Prawne i etyczne aspekty prowadzenia badań rynku  Badania marketingowe rynku  Budowa narzędzi badawczych  Badania dynamiczne  Sondaże telefoniczne i internetowe  Metoda delficka i próby eksperckie  Podstawy badań marketingowych  Przygotowanie raportu z badań  Praktyczne aspekty prowadzenia badań społecznych |
| K\_U03 | Potrafi wykorzystywać i integrować wiedzę teoretyczną z zakresu socjologii oraz powiązanych z nią dyscyplin w celu opisu i analizy przyczyn i przebiegu wybranych procesów i zjawisk społecznych, a także formułować na tej podstawie własne opinie, stawiać hipotezy badawcze i je weryfikować | S2A\_U03 | Socjologia nowych patologii społecznych Socjologia małżeństw i rozwodów  Socjologia płci  Socjologia miasta i wsi  Socjologia pokoju i wojny  Socjologia religii  Socjologia organizacji  Tożsamość indywidualna i zbiorowa  Globalne procesy społeczne  Diagnoza społeczna  Rodzina współczesna i jej przemiany  Zróżnicowanie społeczne  Satysfakcja klienta  Pieniądz elektroniczny  Zdrowy styl życia  Media społecznościowe  Gry komputerowe i RPG  Rzeczywistość wirtualna |
| K\_U04 | Posiada umiejętność prognozowania, modelowania i analizowania procesów społecznych rozszerzonych o umiejętność pogłębionej, teoretycznej oceny tych zjawisk z zastosowaniem odpowiednich metod i narzędzi badawczych | S2A\_U04 | Globalne procesy społeczne  Diagnoza społeczna  Rodzina współczesna i jej przemiany  Satysfakcja klienta |
| K\_U05 | Potrafi sprawnie posługiwać się systemami normatywnymi w celu rozwiązywania konkretnych problemów | S2A\_U05 | Prawne i etyczne aspekty prowadzenia badań rynku  Zagrożenia cyberprzestrzeni i świata wirtualnego  CSR  Projekt działań promocyjnych |
| K\_U06 | Potrafi sprawnie porozumiewać się przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych korzystając z nowoczesnych rozwiązań technologicznych. | S2A\_U05  S2A\_U06 | Profesjonalne prezentacje  Budowanie zespołu i podział ról  Treść i obraz w przekazie marketingowym  Media relations  Komunikacja w sytuacjach kryzysowych  PR-komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna  Media społecznościowe  Komunikacja w świecie wirtualnym  Social media  Marketing polityczny  Event marketing  Neuromarketing  Trener i mentor |
| K\_U07 | Posiada umiejętność wykorzystania zdobytej wiedzy teoretycznej z zakresu socjologii i dyscyplin pokrewnych w celu opisu i analizy zjawisk i procesów społecznych oraz formułowania własnych opinii i krytycznych sądów (stosowania zasad socjologii krytycznej). | S2A\_U06 | Budowanie zespołu i podział ról  Diagnoza społeczna  Satysfakcja klienta |
| K\_U08 | Potrafi zaproponować działania w celu rozwiązania konkretnych problemów, poprzeć je rozbudowaną argumentacją merytoryczną w kontekście wybranych perspektyw. | S2A\_U07 | Satysfakcja klienta  Twórcze rozwiązywanie problemów  Zarządzanie czasem  Formy wspomagania rozwoju osobowego  Metody budowania wewnętrznej motywacji  Techniki wywierania wpływu  Teorie argumentacji i perswazji  Strategie cenowe  Zagrożenia cyberprzestrzeni i świata wirtualnego  Praktyka zawodowa  Trener i mentor  Trening umiejętności społecznych  CSR  Projekt działań promocyjnych |
| K\_U09 | Posiada rozwinięte umiejętności rozumienia wybranych zjawisk społecznych (w tym systemów wartości, interesów i norm społecznych), analizowania i racjonalnego oceniania kwestii społecznych oraz analizowania i oceny motywów, postaw, preferencji badanych jednostek, grup społecznych. | S2A\_U08 | Budowanie zespołu i podział ról  Kulturowe uwarunkowania biznesu  Psychologia osobowości  Formy wspomagania rozwoju osobowego  Metody budowania wewnętrznej motywacji  Techniki wywierania wpływu  Strategie cenowe  Pieniądz elektroniczny  Zdrowy styl życia  Media społecznościowe  Gry komputerowe i RPG  Rzeczywistość wirtualna  Zagrożenia cyberprzestrzeni i świata wirtualnego  Funkcjonowanie w cyberprzestrzeni jako czynnik statusu  Trendy w marketingu  Trener i mentor  Trening umiejętności społecznych  CSR  Projekt działań promocyjnych |
| K\_U10 | Posiada pogłębioną umiejętność przygotowania prac pisemnych typowych dla obszaru nauk społecznych, dotyczących zagadnień szczegółowych. | S2A\_U9 | Język obcy  Satysfakcja klienta  Rodzina współczesna i jej przemiany  Diagnoza społeczna  Seminarium dyplomowe |
| K\_U11 | Potrafi w sposób merytoryczny, klarowny i precyzyjny wypowiadać się na tematy dotyczące różnych zagadnień socjologicznych, z wykorzystaniem różnych ujęć teoretycznych, danych empirycznych, korzystając zarówno z dorobku socjologii, jak i nauk pokrewnych. | S2A\_U10 | Język obcy  Satysfakcja klienta  Rodzina współczesna i jej przemiany  Diagnoza społeczna  Seminarium dyplomowe |
| K\_U12 | Ma umiejętności językowe w zakresie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych, właściwych dla studiowanego kierunku studiów, zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego | S2A\_U11 | Język obcy |
| **KOMPETENCJE SPOŁECZNE** | | | |
| K\_K01 | Rozumie potrzebę stałego rozwoju zawodowego i osobistego, dokonuje samooceny własnych kompetencji, wiedzy i umiejętności, wyznacza kierunki własnego rozwoju i samokształcenia, jest gotowy do podejmowania wyzwań zawodowych i osobistych, potrafi samodzielnie uzupełniać wiedzę i umiejętności. | S2A\_K01 | Profesjonalne prezentacje  Kulturowe uwarunkowania biznesu  Twórcze rozwiązywanie problemów  Formy wspomagania rozwoju osobowego  Metody budowania wewnętrznej motywacji  Trening umiejętności społecznych  Zdrowy styl życia |
| K\_K02 | Potrafi pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, posiada umiejętność komunikacji i nawiązywania kontaktów | S2A\_K02 | Język obcy  Globalne procesy społeczne  Rodzina współczesna i jej przemiany  Zróżnicowanie społeczne  Psychologia osobowości  Media relations  Rynek mediów  Teorie argumentacji i perswazji  Techniki wywierania wpływu  PR-komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna  Trener i mentor |
| K\_K03 | Jest ukierunkowany na realizację zadań, potrafi określić priorytety oraz identyfikować i rozstrzygać dylematy związane z realizacją określonego przez siebie lub innych zadania, w sposób umożliwiający osiąganie założonych celów, posiada umiejętności podejmowania decyzji. | S2A\_K03 | Globalne procesy społeczne  Rodzina współczesna i jej przemiany  Zróżnicowanie społeczne  Satysfakcja klienta  Treść i obraz w przekazie marketingowym  Komunikacja w sytuacjach kryzysowych  Seminarium dyplomowe  Badania dynamiczne  Sondaże telefoniczne i internetowe  Metoda delficka i próby eksperckie  Podstawy badań marketingowych  Przygotowanie raportu z badań  Praktyczne aspekty prowadzenia badań  Trener i mentor  CSR  Projekt działań promocyjnych  Gry komputerowe i RPG  Rzeczywistość wirtualna |
| K\_K04 | Jest przekonany o konieczności i doniosłości zachowania się w sposób profesjonalny i przestrzegania zasad etyki zawodowej; dostrzega i formułuje problemy moralne i dylematy etyczne związane z własną i cudzą pracą. | S2A\_K04 | Satysfakcja klienta  Prawne i etyczne aspekty prowadzenia badań rynku  Badania dynamiczne  Sondaże telefoniczne i internetowe  Metoda delficka i próby eksperckie  Podstawy badań marketingowych  Przygotowanie raportu z badań  Praktyczne aspekty prowadzenia badań  Zagrożenia cyberprzestrzeni i świata wirtualnego |
| K\_K05 | Potrafi partycypować w przygotowaniu projektów społecznych (politycznych, gospodarczych, obywatelskich) przewidywać różne determinanty i skutki społeczne swojej działalności zawodowej | S2A\_K05 | Satysfakcja klienta  Badania marketingowe i rynku  Budowa narzędzi badawczych  Diagnoza społeczna |
| K\_K06 | Jest wrażliwy na problemy społeczne, gotowy do komunikowania się i współpracy z otoczeniem; aktywnego uczestnictwa w grupach i organizacjach społecznych. | S2A\_K05 | Język obcy  Socjologia nowych patologii społecznych Socjologia małżeństw i rozwodów  Socjologia płci  Socjologia miasta i wsi  Socjologia pokoju i wojny  Socjologia religii  Socjologia organizacji  Tożsamość indywidualna i zbiorowa  Budowanie zespołu i podział ról  Kulturowe uwarunkowania biznesu  PR-komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna  Komunikacja w świecie wirtualnym |
| K\_K07 | Wykazuje aktywność w angażowaniu się we współpracę z innymi podmiotami, w ramach indywidualnych i zespołowych działań profesjonalnych o charakterze interdyscyplinarnym, w tym inspirowanych wiedzą i umiejętnościami z zakresu socjologii. | S2A\_K06 | Budowanie zespołu i podział ról  Budowa narzędzi badawczych  Badania dynamiczne  Sondaże telefoniczne i internetowe  Metoda delficka i próby eksperckie  Przygotowanie raportu z badań  Praktyczne aspekty prowadzenia badań społecznych  PR-komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna  Komunikacja w świecie wirtualnym  Praktyka zawodowa |
| K\_K08 | Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy, jest kreatywny i aktywny w działaniu | S2A\_K07 | Budowanie zespołu i podział ról  Kulturowe uwarunkowania biznesu  Zarządzanie czasem  Komunikacja w sytuacjach kryzysowych  Teorie argumentacji i perswazji  Techniki wywierania wpływu  Strategie cenowe  Marketing polityczny  Event marketing  Social media  Trendy w marketing  Neuromarketing  CSR  Projekt działań promocyjnych  Pieniądz elektroniczny  Media społecznościowe  Rzeczywistość wirtualna  Zagrożenia cyberprzestrzeni i świata wirtualnego  Funkcjonowanie w cyberprzestrzeni jako czynnik statusu |