**Załącznik nr 1 do uchwały Senatu nr 153/2015 z dnia 25 czerwca 2015 roku**

**EFEKTY KSZTAŁCENIA NA STUDIACH I STOPNIA**

**DLA KIERUNKU SOCJOLOGIA**

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

**Sylwetka absolwenta**

Absolwent studiów I stopnia posiada podstawową wiedzę z zakresu socjologii i dyscyplin pokrewnych, takich jak nauki o polityce, mediach, komunikacji społecznej i zarządzaniu. Jest świadomy społecznego kontekstu działań ludzkich, natury procesów społecznych, społecznego zróżnicowania i kulturowej różnorodności współczesnych społeczeństw. Potrafi zastosować nabytą wiedzę do przeprowadzenia prostych badań i analiz socjologicznych z zachowaniem zasad etycznych i prawnych. Posiada umiejętności pracy zespołowej, a także skutecznego komunikowania się z otoczeniem. Wykazuje zainteresowanie problematyką społeczną oraz poczucie odpowiedzialności. Jest przygotowany do pracy w organizacjach publicznych i prywatnych na stanowiskach wymagających podstawowej wiedzy o procesach społecznych, a także ogólnych kompetencji, niezbędnych do samodzielnego rozwiązywania problemów zawodowych. Rozumie potrzebę ciągłego uczenia się oraz posiada umiejętności doskonalenia swoich umiejętności zawodowych z wykorzystaniem nowoczesnych środków i metod. Absolwent jest przygotowany do radzenia sobie na rynku pracy, a także do podjęcia studiów drugiego stopnia.

**Efekty kształcenia**

**Obszar kształcenia:** nauk społecznych

**Kierunek studiów:** Socjologia

**Poziom studiów:** studia pierwszego stopnia

**Profil kształcenia:** praktyczny

**Objaśnienie oznaczeń:**

**K** – efekt kierunkowy

**1** – studia pierwszego 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** | **Przedmiot** |
| **WIEDZA** |
| K\_W01 | Ma podstawową wiedzę z zakresu nauk społecznych, a w szczególności wiedzą o socjologii jako nauce zajmującej się społeczeństwem.  | S1P\_W01 | Wiedza o socjologiiSocjologia współczesnej gospodarki rynkowejWspółczesne teorie socjologiczneSocjologia (e)migracjiJednostka i społeczeństwoPodstawy marketingu |
| K\_W02 | Ma podstawową wiedzę o strukturach i instytucjach społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, ekonomicznych) oraz obowiązujących w ich ramach mechanizmach i zasadach organizacyjnych. Dostrzega instytucjonalny charakterżycia społecznego.  | S1P\_W02 | Zaprojektuj swoje studiaTeorie zmiany społecznejDemografia Antropologia społeczna i kulturowaSystemy, procesy i struktury społeczne |
| K\_W03 | Ma podstawową wiedzę z zakresu systemów, struktur i procesów społecznych. Rozumie relacje zachodzące miedzy poziomami organizacyjnymi struktury społecznej. Dysponuje wiedzą dotycząca relacji pomiędzy strukturami a instytucjami życia społecznego. | S1P\_W03 | Technologie informacyjneTeorie zmiany społecznejDemografia Systemy, procesy i struktury społeczneRynek pracySamorząd terytorialny i społeczności lokalneKultura współczesna |
| K\_W04 | Zna rodzaje więzi społecznych, odpowiedzialnych za powstawanie oraz utrzymanie ładu społecznego na poziomach makro- mezo- oraz mikrostrukturalnym. Zna i potrafi omówić procesy kształtowania się więzi społecznych o charakterze formalnym i nieformalnym. | S1P\_W04 | Komunikacja i integracjaJęzyk obcySystemy, procesy i struktury społeczneSocjologia menedżeraSocjologia (e)migracjiKomunikacja w biznesieCRMProgramy lojalnościoweZarzadzanie kanałami dystrybucjiMarka przedsiębiorstwa i produktuProjekt komunikacji marketingowejSamorząd terytorialny i społeczności lokalneKampanie społecznePropaganda politycznaPR i media w sferze publicznej |
| K\_W05 | Ma wiedzę na temat człowieka i jego aktywności społecznej w różnych strukturach społecznych i sferach życia społecznego, a także wiedzę odnośnie warunków tworzenia tych struktur. | S1P\_W05 | WFIdea podmiotowości człowiekaDziałania twórczeAntropologia społeczna i kulturowaSocjologia ciałaSocjologia (e)migracjiSocjologia politykiSocjologia konsumpcjiSocjologia menedżeraKomunikacja w biznesieKomunikacja społecznaMedia nowe i tradycyjneKultura współczesnaRynek pracyKomunikacja w InternecieZachowania konsumenckie |
| K\_W06 | Zna metody i techniki jakościowe i ilościowe w badaniach socjologicznych (instytucji, opinii, rynku, gospodarki).  | S1P\_W06 | Projektowanie badań społecznychŹródła danychBadania kwestionariuszoweWywiady pogłębione indywidualne i fokusoweMetody doboru próby i analiza danychProjekt badawczyBadania rynku i klientaSondaże wyborcze |
| K\_W07 | Dysponuje wiedzą o systemach norm regulujących przebieg życia społecznego w różnych jego wymiarach: kulturowym, prawnym, ekonomicznym, politycznym, demograficznym. | S1P\_W07 | BHPEtyka EtykietaPodstawy prawaPrawo konsumenckieNegocjacjePrawa obywatela i organizacji społecznychKonflikty społeczne i metody ich rozwiązywaniaTechniki negocjacjiMediacje społeczneKultura współczesnaProblemy jakościMerchadisingDesign w marketinguCopywritingObsługa klienta |
| K\_W08 | Ma wiedzę o procesach zmian struktur i systemów społecznych oraz mechanizmach rozwoju cywilizacyjnego. Rozumie przemiany, zachodzące w strukturze społecznej. Wymienia i charakteryzuje przyczyny, przebieg i efekt tych zmian. Rozumie, że zmiana jest naturalną, nieodłączną częścią życia społecznego. | S1P\_W08 | Systemy, procesy i struktury społeczneZjawiska i problemy społecznePodstawy polityki społecznejSocjologia (e)migracjiSocjologia konsumpcjiSamorząd terytorialny i społeczności lokalneRynek pracySpołeczeństwo obywatelskiePartycypacja społecznaZachowania konsumenckie |
| K\_W09 | Wymienia najważniejszych dla rozwoju socjologii myślicieli i badaczy uznawanych powszechnie za kluczowych przedstawicieli szeroko rozumianej myśli społecznej oraz wybranych przedstawicieli nauk pokrewnych. Zna ich poglądy dotyczące struktury społecznej, instytucji społecznych, więzi społecznej z uwzględnieniem ich historycznej ewolucji i przyszłości. | S1P\_W09 | Wiedza o socjologiiSocjologia współczesnej gospodarki rynkowejWspółczesne teorie socjologiczneJednostka i społeczeństwoPodstawy marketingu |
| K\_W10 | Zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu prawa, a w szczególności autorskiego, obejmującego ochroną wyniki pracy badawczej oraz ochrony własności intelektualnej, dotyczące gromadzenia, przechowywania i przetwarzania danych. i prawa autorskiego. | S1P\_W10 | Źródła danychOchrona własności intelektualnejSeminarium dyplomoweProseminarium dyplomowe |
| K\_W11 | Zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnejprzedsiębiorczości, wykorzystującej wiedzę z zakresu socjologii oraz nauk pokrewnych. | S1P\_W11 | Działania twórczeProjekt własnego przedsięwzięciaSocjologia menedżeraReklamaRynek pracyPraktyka zawodowaAutoprezentacjaDokumenty aplikacyjnePrezentacje multimedialnee-biznesWprowadzanie produktu na rynekStrategie marketingowe |
| **UMIEJĘTNOŚCI** |
| K\_U01 | Potrafi prawidłowo zidentyfikować przyczyny występowania bieżących zjawisk społecznych i zinterpretować je w kontekście kluczowych wymiarów życia społecznego. | S1P\_U01 | Propaganda politycznaSocjologia konsumpcjiMedia nowe i tradycyjneDemografiaTeorie zmiany społecznejTechnologie informacyjne |
| K\_U02 | Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę z zakresu socjologii i nauk pokrewnych do badania i opisu wybranych procesów i zjawisk społecznych, a także formułować na tej podstawie własne opinie. | S1P\_U02 | Zachowania konsumenckieSamorzad terytorialny i społeczności lokalneSocjologia konsumpcjiSocjologia menedżeraSocjologia ciałaSocjologia politykiZjawiska i problemy społecznePodstawy polityki społecznejPodstawy marketinguSystemy, procesy i struktury społeczneJednostka i społeczeństwoSocjologia (e)migracjiWspółczesne teorie socjologiczneAntropologia społeczna i kulturowowaDemografiaTeorie zmiany społecznejSocjologia współczesnej gospodarki rynkowejWiedza o socjologii |
| K\_U03 | Potrafi przeprowadzić analizę statystyczną danych socjologicznych w celu oceny przyczyn i przebiegu bieżących procesów i zjawisk społecznych. | S1P\_U03 | Sondaże wyborczeProjekt badawczyMetody doboru próby i analiza danychDemografia |
| K\_U04 | Potrafi projektować i realizować badania społeczne, w tym przygotowywać narzędzia pomiarowe, przeprowadzić analizę danych pochodzących z badań jakościowych i ilościowych, zaplanować i przeprowadzić rynkowy projekt badawczy w oparciu o jakościowe i ilościowe metody badań, przygotować raport z badań i prezentację wyników, analizować dane sondażowe.  | S1P\_U04 | Badania rynku i klientaSondaże wyborczeProjekt badawczyBadania kwestionariuszoweWywiady pogłębione indywidualne i fokusoweMetody doboru próby i analiza danychProjektowanie badań społecznych |
| K\_U05 | Potrafi posługiwać się systemami normatywnymi oraz wybranymi normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, etycznymi) w celu rozwiązania konkretnego problemu z zakresu socjologii i dziedzin pokrewnych. | S1P\_U05 | Kultura współczesnaProblemy jakościZarzadzanie kanałami dystrybucjiNegocjacjeMediacje społecznePrawo konsumenckiePodstawy prawaOchrona własności intelektualnejKomunikacja społecznaEtykaIdea podmiotowości człowieka |
| K\_U06 | Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę i umiejętności nabyte podczas zajęć dydaktycznych i praktyki zawodowej.  | S1P\_U06 | Seminarium dyplomoweProseminarium dyplomoweRynek pracyPraktyka zawodowaObsługa klientaMerchandisingEtykietaŹródła danych |
| K\_U07 | Potrafi analizować istniejące rozwiązania konkretnych problemów życia społecznego, opiniować je, a także wysuwać własne propozycje i wdrażać proponowane rozwiązania. | S1P\_U07 | Project komunikacji marketingowejStrategie marketingoweMarka przedsiębiorstwa i produktuDesign w marketinguReklamaDziałania twórcze |
| K\_U08 | Potrafi analizować zjawiska i procesy społeczne, projektować rozwiązania konkretnych problemów, a także je wdrażać. | S1P\_U08 | Programy lojalnościoweCRMKampanie społecznePR i media w sferze publicznejKomunikacja w InternecieKomunikacja w biznesieKomunikacja społecznaWprowadzanie produktu na rynekZachowania konsumenckiee-biznesProjekt własnego przedsięwzięcia |
| K\_U09 | Potrafi przygotować prace pisemne korzystając z różnych teorii z zakresu socjologii i dziedzin pokrewnych i licznych źródeł. | S1P\_U09 | Seminarium dyplomoweProceminarium dyplomoweDokumenty aplikacyjneCopywriting |
| K\_U10 | Potrafi przygotować wystąpienie ustne, prezentujące efekty prowadzonych prac, korzystając z różnych teorii z zakresu socjologii i dziedzin pokrewnych oraz licznych źródeł. | S1P\_U10 | AutoprezentacjaPrezentacje multimedialne |
| K\_U11 | Ma podstawowe umiejętności językowe na poziomie B2 w zakresie nauk społecznych ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień z obszaru socjologii. | S1P\_U11 | Jęyk obcy |
| **KOMPETENCJE SPOŁECZNE** |
| K\_K01 | Rozumie potrzebę dostosowania się do zmieniających się z potrzeb i warunków otoczenia oraz dokształcania się przez całe życie, jako warunku dostosowania się do tych zmian.  | S1P\_K01 | Marka przedsiębiorstwa i produktuZachowania konsumenckiePodstawy marketinguMedia nowe i tradycyjneTechnologie informacyjneSocjologia współczesnej gospodarki rynkowejAntropologia |
| K\_K02 | Potrafi efektywnie współpracować w grupie zadaniowej. Przyjmuje powierzone do odegrania role. | S1P\_K02 | Praktyka zawodowaNegocjacjeObsługa klientaMediacje społeczneKonflikty społeczne i metody ich rozwiązywaniaTechniki negocjacjiKomunikacja społecznaKomunikacja i integracja |
| K\_K03 | Potrafi zorganizować pracę własną i podległych mu osób, w szczególności zdefiniować jej zasady: określić zadania, wskazać kolejność i czas ich wykonania, wybrać narzędzia, skontrolować jakość oraz terminowość ich realizacji.  | S1P\_K03 | Badania rynku i opinii klientaPrezentacje multimedialneBadania kwestionariuszoweWywiady pogłębione i fokusowe |
| K\_K04 | Potrafi prawidłowo zidentyfikować i rozstrzygnąć dylematy o charakterze normatywnym i organizacyjnym. | S1P\_K04 | Kultura współczesnaProblemy jakościZarzadzanie kanałami dystrybucjiKampanie społecznePropaganda politycznaPR i media w sferze publicznejStrategie marketingowePrawo konsumenckiePodstawy prawaOchrona własności intelektualnejKomunikacja w InterneciePrawa obywatela i organizacji społecznychSocjologia ciałaEtykietaSocjologia politykiSocjologia konsumpcjiSocjologia menedżeraZjawiska i problemy społecznePodstawy polityki społecznejBHPWiedza o socjologiiTeorie zmiany społecznejDemografiaAntropologia społeczna i kulturowaIdea podmiotowości człowiekaEtykaWspółczesne teorie socjologiczneSocjologia e(migracji)Jednostka i społeczeństwoSystemy, procesy i struktury społeczneMetody doboru próby i analiza danych |
| K\_K05 | Potrafi współpracować w przygotowaniu projektów społecznych (politycznych, gospodarczych, obywatelskich, kulturowych), uwzględniając ich aspekty prawne, ekonomiczne i polityczne. | S1P\_K05 | CRMReklama Programy lojalnościoweBadania rynku i opinii klientaSondaże wyborczeKampanie społeczneWprowadzanie produktu na rynekProjekt komunikacji marketingowejSamorząd terytorialny i społeczności lokalneProjekt badawczyDesign w marketinguSpołeczeństwo obywatelskiePartycypacja społecznaProjekt własnego przedsięwzięciaSystemy, procesy i struktury społeczneProjektowanie badań społecznych |
| K\_K06 | Potrafi samodzielnie poszerzać nabytą wiedzę i umiejętności oraz korzystać z różnych form ich zdobywania i przekazu. | S1P\_K06 | Praktyka zawodowaSeminarium dyplomoweProseminarium dyplomoweŹródła danychJęzyk obcy |
| K\_K07 | Jest kreatywny, samodzielny i niezależny w działaniach profesjonalnych, potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy w szczególności jest w stanie zaplanować i przeprowadzić zadanie projektowe. | S1P\_K07 | AutoprezentacjaDokumenty aplikacyjneRynek pracyBadania rynku i opinii klientae-biznesObsługa klientaMerchadisingCopywritingDziałania twórczeSocjologia menedżeraZaprojektuj swoje studia |