*Załącznik nr 1 do Programu studiów – Opis efektów uczenia się dla kierunku Socjologia II stopnia, 2020/2021*

**EFEKTY UCZENIA SIĘ NA STUDIACH II STOPNIA**

**DLA KIERUNKU SOCJOLOGIA**

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

**Sylwetka absolwenta**

Absolwent Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie, który ukończył studia II stopnia na kierunku Socjologia posiada kompleksową wiedzę, umiejętności praktyczne oraz kompetencje z zakresu socjologii i wybranych dyscyplin pokrewnych. Jest ona oparta 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 II stopnia na kierunku Socjologia mają charakter wysoce praktyczny, obejmują przygotowanie licznych projektów o charakterze rynkowym i marketingowym. Absolwent ma możliwość nabywania wiedzy i umiejętności od praktyków, bezpośrednio w środowisku pracy w ramach praktyk zawodowych. Absolwent jest przygotowany 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. Absolwent studiów II stopnia kierunku Socjologia przestrzega zasad etyki zawodowej oraz 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.

W toku studiów absolwent kierunku Socjologia, realizował program z przedmiotów podstawowych, jak również specjalistycznych. W zakresie przedmiotów podstawowych program studiów przewidywał zdobycie zaawansowanej wiedzy, kompetencji oraz umiejętności praktycznych z następujących przedmiotów: historii myśli społecznej, społeczeństwa informacyjnego, socjologii miasta i wsi, socjologii organizacji, wstępu do informatycznej analizy danych statystycznych, metodologii nauk społecznych, globalnych procesów społecznych, zróżnicowania społecznego, socjologii nowych patologii społecznych, tożsamości indywidualnej i zbiorowej, badań jakościowych, ilościowych i analizy statystycznej, analizy danych sondażowych i statystycznych, metod badań ewaluacyjnych, podstaw diagnozy społecznej i zarządzania społecznościami oraz profesjonalnych prezentacji i wystąpień publicznych, budowania zespołu i podziału ról , a także międzykulturowych uwarunkowań biznesu.

Przedmioty specjalnościowe obejmują natomiast wiedzę, kompetencje i umiejętności praktyczne z zakresu marketingu biznesowego i społecznego, wykorzystywania reklamy i innych technik promocji, diagnozowania sytuacji i problemów zleconych przez klienta, projektowania usług, wykorzystywania nowoczesnych narzędzi badawczych oraz medialnych, zaawansowanej technologii i metodologii badań na zlecenie..

Absolwent kierunku Socjologia jest przygotowany do pracy w organizacjach publicznych, pozarządowych i prywatnych na stanowiskach wymagających umiejętności praktycznych w zakresie badań i analiz oraz kompleksowej wiedzy o procesach społecznych, a także ogólnych kompetencji, niezbędnych do samodzielnego rozwiązywania problemów zawodowych. Rozumie potrzebę ciągłego uczenia się oraz doskonalenia swoich umiejętności zawodowych z wykorzystaniem nowoczesnych środków i metod. Absolwent jest przygotowany do samodzielnego wejścia i prawidłowego funkcjonowania na rynku pracy.

Absolwent studiów II stopnia na kierunku socjologia zna język obcy na poziomie biegłości B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy oraz w wyższym stopniu w zakresie socjologicznej terminologii, w tym terminologię stosowaną w socjologii. Potrafi rozwiązywać problemy zawodowe, posiada umiejętności komunikowania się z otoczeniem w miejscu pracy, sprawnego posługiwania się dostępnymi środkami informacji i techniki biurowej, aktywnego uczestniczenia w pracy grupowej oraz organizowania i kierowania niewielkimi zespołami. Ponadto jest wyposażony w wiedzę z zakresu nowoczesnych technologii informacyjnych.

Poza osiągnięciami z związanymi z nabywaniem wiedzy i umiejętności praktycznych Absolwent nabywa również kompetencje społeczne i personalne uczestnicząc w zajęciach dotyczących metodyki zarządzania kompetencjami oraz podejmowania decyzji.

Specjalności:

 **1. Marketing, reklama i nowe media**

 Specjalność wyposażająca absolwenta w praktyczne umiejętności posługiwania się nowoczesnymi i zaawansowanymi technologicznie narzędziami marketingowymi oraz tworzenia atrakcyjnych produktów rynkowych. Rozszerza wiedzę i kompetencje zdobyte na I stopniu studiów socjologicznych oraz na innych kierunkach. Absolwent jest przygotowany do samodzielnej, twórczej pracy we własnej firmie, działach marketingu, brandingu, mediach, agencjach reklamowych i konsultingowych.

 **2. Badania komercyjne**

Specjalność umożliwiająca nabycie przez absolwenta wiedzy, umiejętności i kompetencji w zakresie prowadzenia komercyjnych badań rynkowych, społecznych, marketingowych, ewaluacyjnych oraz diagnoz. Wyposaża absolwenta w użyteczne i poszukiwane na rynku pracy kompetencje metodologiczne i analityczne. Dostarcza umiejętności projektowania i przeprowadzania badań na zlecenie biznesu, sektora publicznego i organizacji pozarządowych, diagnozowania społecznego, prognozowania oraz formułowania rekomendacji. Absolwent jest przygotowany do pracy w firmach badawczych, wdrożeniowych, działach marketingu, instytucjach publicznych, jednostkach samorządowych, agencjach reklamowych i PR oraz prowadzenia własnej działalności gospodarczej.

**Efekty uczenia się**

**Dziedzina:** nauk społecznych[[1]](#footnote-1)

**Kierunek studiów:** Socjologia

**Poziom studiów:** studia drugiego stopnia

**Profil kształcenia:** praktyczny

**Objaśnienie oznaczeń:**

**SOC** – efekt kierunkowy

**W** – kategoria wiedzy

**U** – kategoria umiejętności

**K** – kategoria kompetencji społecznych

**01**, **02, 03 i kolejne** – numer efektu uczenia się

**Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji – poziom 7**

**Tabela 1. Zamierzone szczegółowe efekty uczenia się**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Efekty uczenia się****dla kierunku** | **OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ****Po zakończeniu studiów I stopnia na kierunku absolwent:** | **Odniesienie do efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie 7 Polskiej Ramy Kwalifikacji**  |
| **WIEDZA: Absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu** |
| SOC2\_W01 | prawidłowości i mechanizmy rządzące funkcjonowaniem człowieka w życiu społecznym w świetle socjologii ogólnej i jej subdyscyplin oraz nauk pokrewnych: filozofii, psychologii społecznej, antropologii, ekonomii, zarządzania. | P7S\_WG |
| SOC2\_W02 | procesy, zjawiska oraz fakty zachodzące współcześnie w małych i dużych grupach społecznych, w skali lokalnej i globalnej w sferze ekonomicznej, organizacyjnej, gospodarczej i kulturowej  | P7S\_WG |
| SOC2\_W03 | istotę, funkcje i znaczenie różnorodnych struktur społecznych oraz wzajemne relacje jednostki i zbiorowości społecznych. | P7S\_WG |
| SOC2\_W04 | metody i narzędzia badań ilościowych, jakościowych i ewaluacyjnych, w tym zaawansowane metody analizy statystycznej, stosowane w naukach socjologicznych oraz uwarunkowania działalności badawczej i analitycznej socjologa | P7S\_WG |
| SOC2\_W05 | zasady przygotowywania i opracowywania projektu badawczego, podmiotowego i ewaluacyjnego, diagnozy społecznej oraz przeprowadzania kompleksowego socjologicznego postępowania badawczego | P7S\_WG |
| SOC2\_W06 | przydatność kompetencji z zakresu języka obcego  | P7S\_WK |
| SOC2\_W07 | zasady przygotowywania pisemnej pracy dyplomowej, raportowania, korzystania ze źródeł informacji oraz ich doboru i selekcji | P7S\_WK |
| SOC2\_W08 | istotę i znaczenie kompetencji w życiu jednostki oraz zasady ich kształtowania i zarządzania nimi, zasady kierujące procesem skutecznego podejmowania decyzji, myślenia oraz działania kreatywnego, innowacyjnego i projektowego, zasady projektowania i realizowania profesjonalnych wystąpień publicznych,  | P7S\_WK |
| SOC2\_W09 | etyczne, społeczne, psychologiczne i ekonomiczne uwarunkowania podejmowania działalności zawodowej | P7S\_WK |
| **Wiedza z zakresu specjalności Marketing, reklama i nowe media:** |
| SOC2\_W10 | pojęcia i koncepcje z zakresu działania marketingu, reklamy oraz nowoczesnych narzędzi promocji | P7S\_WG |
| SOC2\_W11 | zasady i mechanizmy komunikacji marketingowej, analizy mediów, tworzenia strategii marketingowych oraz jej zastosowań społecznych i rynkowych | P7S\_WG |
| SOC2\_W12 | socjologiczne metody, techniki i narzędzia, w tym nowoczesne technologie informatyczne i ich zastosowanie w działalności marketingowej | P7S\_WG |
| **Wiedza z zakresu specjalności Badania komercyjne:** |
| SOC2\_W13 | zasady i uwarunkowania projektowania i prowadzenia badań społecznych, ewaluacyjnych, biznesowych, marketingowych oraz diagnoz społecznych | P7S\_WG |
| SOC2\_W14 | socjologiczne metody, techniki i narzędzia badawcze, w tym nowoczesne technologie informatyczne i ich zastosowanie w działalności badawczej i wdrożeniowej | P7S\_WG |
| **UMIEJĘTNOŚCI: Absolwent potrafi** |
| SOC2\_U01 | identyfikować i interpretować zgodnie z wiedzą socjologiczną i pochodzącą z dyscyplin pokrewnych typowe zjawiska, fakty i procesy społeczne na płaszczyźnie demograficznej, ekonomicznej, organizacyjnej, kulturowej i gospodarczej | P7S\_UW |
| SOC2\_U02 | samodzielnie projektować i przeprowadzać badania społeczne, ewaluacyjne oraz przygotowywać diagnozy I prognozy z wykorzystaniem szerokiego spektrum narzędzi informatycznych | P7S\_UW |
| SOC2\_U03 | korzystać z odpowiedniej literatury socjologicznej, danych zastanych i wytworzonych oraz dokonywać ich analizy w celurozwiązania zadań badawczych dotyczących problemów społecznych na płaszczyźnie demograficznej, ekonomicznej, organizacyjnej, kulturowej i gospodarczej. | P7S\_UW |
| SOC2\_U04 | dobierać, stosować i dostosowywać do potrzeb właściwą metodologię badań socjologicznych w formułowaniu i rozwiązywaniu konkretnych zadań badawczych, stosować narzędzia statystyczne, nowoczesne narzędzia informacyjno-komunikacyjne i technologie informacyjne a także opracowywać nowe narzędzia badawcze | P7S\_UW |
| SOC2\_U05 | samodzielnie formułować i poddawać weryfikacji hipotezy badawcze związane z podejmowanymi problemami wdrożeniowymi, analizować uzyskane w badaniach dane | P7S\_UW |
| SOC2\_U06 | prowadzić dyskusje i debaty na współczesne globalne i lokalne tematy społeczne i krytycznie oceniać stanowiska innych dyskutantów | P7S\_UK |
| SOC2\_U07 | samodzielnie planować swoją pracę i realizować własne uczenie się oraz doskonalenie kompetencji zawodowych | P7S\_UU |
| SOC2\_U08 | współpracować z innymi osobami i przyjmować rolę kierowniczą w zespole zadaniowym  | P7S\_UO |
| SOC2\_U09 | rozwiązywać konkretne problemy i wykonywać zadania związane z pracą socjologa w miejscu odbywania praktyki zawodowej | P7S\_UU |
| SOC2\_U10 | przygotowywać pisemną pracę dyplomową, raportować, korzystać ze źródeł informacji oraz dobierać je i poddawać selekcji | P7S\_UW |
| SOC2\_U11 | określać kluczowe kompetencje w życiu jednostki i wskazywać ich możliwości wykorzystania w pracy zawodowej, określać praktyczne zasady skutecznego podejmowania decyzji, oraz wskazywać zasady projektowania i realizowania profesjonalnych wystąpień publicznych  | P7S\_UW |
| SOC2\_U12 | posługiwać się umiejętnościami kreatywnego, innowacyjnego i projektowego myślenia i działania, oraz posługiwania się metodami skutecznej komunikacji | P7S\_UW |
| SOC2\_U13 | posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, w tym specjalistycznym językiem obcym w zakresie nauk społecznych ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień z obszaru socjologii | P7S\_UK |
| SOC2\_U14 | Nawiązywać współpracę i profesjonalnie zarządzać relacjami z klientem | P7S\_UW |
| **W zakresie specjalności Marketing, reklama i nowe media:** |
| SOC2\_U15 | dobierać i posługiwać się właściwymi metodami i narzędziami badawczymi dla zrealizowania konkretnego zadania marketingowego oraz reklamowego | P7S\_UW |
| SOC2\_U16 | zaplanować, przygotować i zrealizować konkretne przedsięwzięcie marketingowe, reklamowe przy wykorzystaniu nowoczesnych technologii i mediów | P7S\_UW |
| **W zakresie specjalności Badania komercyjne** |
| SOC2\_U17 | dobierać i posługiwać się właściwymi metodami i narzędziami badawczymi dla zrealizowania konkretnego zadania badawczego z obszaru badan społecznych, marketingowych oraz biznesowych,  | P7S\_UW |
| SOC2\_U18 | przygotować i zrealizować konkretne zadanie badawcze lub wdrożeniowe z obszaru badań społecznych, marketingowych oraz biznesowych | P7S\_UW |
| **Kompetencje: Absolwent jest gotów do** |
| SOC2\_K01 | właściwej oceny posiadanego zasobu wiedzy teoretycznej i praktycznej oraz gotowości do krytycznego analizowania i namysłu w stosunku do odbieranych informacji z zewnątrz | P7S\_KK |
| SOC2\_K02 | określania znaczenia wiedzy socjologicznej i interdyscyplinarnej w rozwiązywaniu teoretycznych i praktycznych problemów w pracy socjologa | P7S\_KK |
| SOC2\_K03 | wskazania korzyści współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego i do aktywnego uczestnictwa w zespołach realizujących cele społeczne | P7S\_KO |
| SOC2\_K04 | inicjowania działania na rzecz interesu publicznego w zakresie posiadanych kompetencji | P7S\_KO |
| SOC2\_K05 | myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy i kreatywny  | P7S\_KO |
| SOC2\_K06 | odpowiedzialnego wypełnienia ról zawodowych i wykonywania pracy, z uwzględnieniem zasad etyki zawodu socjologa, etyki badań społecznych oraz bezpieczeństwa i higieny pracy | P7S\_KR |
| SOC2\_K07 | dbałości o dorobek i tradycje zawodu socjologa | P7S\_KR |

1. zgodnie z rozporządzeniem Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 20 września 2018 r. w sprawie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych oraz dyscyplin artystycznych [↑](#footnote-ref-1)