

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>socjologia</b>
2.	Cykl rozpoczęcia	2015/2016 (semestr zimowy), 2016/2017 (semestr zimowy)
3.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
4.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
5.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Seminarium specjalizacyjne SM3

**Kod modułu:** 05-SO-S2-SS\_SM3

**1. Liczba punktów ECTS:** 3

<b>2. Zakładane efekty kształcenia modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty kształcenia kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
S2_SS_SM_3_1	Student definiuje podstawowe pojęcia z zakresu problematyki budowy marki, promocji i infrastruktury miejskiej. Opisuje procesy i zjawiska rozwoju współczesnych miast i roli marketingu miejskiego i kształtowania infrastruktury w celu intensyfikowania procesów rozwojowych, klasyfikuje i porządkuje wiedzę na ich temat z wykorzystaniem terminologii socjologicznej do ich opisu	S2_U12 S2_W01 S2_W04 S2_W11	4 3 3 4
S2_SS_SM_3_2	Student zna tezy kluczowych teorii dotyczących marketingu miejskiego	S2_W03 S2_W04 S2_W10	2 5 3
S2_SS_SM_3_3	Student zna źródła danych stosowanych we współczesnym marketingu miejskim oraz metody analizy działań promocyjnych współczesnych miast	S2_W02 S2_W04 S2_W14 S2_W15 S2_W20	2 4 5 5 2
S2_SS_SM_3_4	Student zna zasady prognozowania kierunków rozwoju, wskazuje zależności pomiędzy aktualną wartością marki miasta a przyszłymi zdarzeniami będącymi efektem celowo podjętych działań promocyjno – brandingowych	S2_W05 S2_W06 S2_W08 S2_W11	3 4 4 3
S2_SS_SM_3_5	Student identyfikuje i wyjaśnia zależności występujące pomiędzy zjawiskami społecznymi a życiem współczesnych miast i posiada umiejętność wypowiedzania się na te tematy. w j. polskim i angielskim. Definiuje problemy i rozumie stosowane strategie	S2_U02 S2_U03	5 4

	rozwoju	S2_U10	2
		S2_U12	4
		S2_U14	4
		S2_W22	2
		S2_W23	3
S2_SS_SM_3_6	Student posiada umiejętność wykorzystania metod analizy socjologicznej do przeprowadzenia analiz współczesnych problemów miast i metropolii, umie skonstruować narzędzie badawcze do diagnozy tych problemów ze wskazaniem na mocne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia, posługuje się podstawowymi miarami demograficznymi w charakteryzowaniu zjawisk i procesów ludnościowych	S2_U07	4
		S2_U08	2
		S2_U11	3
S2_SS_SM_3_7	Student przyjmuje postawę analityczną względem obserwowanych zdarzeń i zjawisk miejskich, podejmuje wysiłek związany z dociekaniami przyczyn i konsekwencji procesów urbanizacji, suburbanizacji, gentryfikacji, urban sprawl, metropolizacji	S2_K01	4
		S2_K02	5
		S2_U17	4

<b>3. Opis modułu</b>	
<b>Opis</b>	<p>Moduł Seminarium specjalizacyjne ma pozwolić studentom na poznanie i zrozumienie podstawowych zjawisk i procesów związanych ze współczesnym marketingiem miejskim, wpływem infrastruktury i budowy marki na rozwój miasta a także dostrzeganie związków, jakie zachodzą pomiędzy zjawiskami i przemianami w przestrzeni miejskiej a strategiami rozwoju projektowanymi przez lokalnych decydentów i kreatorów życia miejskiego. Dzięki poznaniu treści i genezy podstawowych nurtów teoretycznych w marketingu miejskim student powinien rozumieć istotę i uwarunkowania aktualnych zjawisk i procesów związanych z promocją i wzmacnianiem atrakcyjności współczesnych miast, w szczególności zaś identyfikować czynniki mające wpływ na podwyższenie tej atrakcyjności a co za tym idzie przyczynianiem się do rozwoju miast i zatrzymywaniem w nich najcenniejszego kapitału ludzkiego. Student ma ponadto poznać metody analizy socjologicznej w identyfikowaniu problemów i opracowywaniu strategii promocji miasta w oparciu o analizę SWOT oraz zyskać umiejętność czerpania informacji ze źródeł zastanych dotyczących aktualnej pozycji miast w profesjonalnych rankingach np. atrakcyjności inwestycyjnej.</p>
<b>Wymagania wstępne</b>	Zaliczony kurs socjologii miasta.

<b>4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>nazwa (typ)</b>	<b>opis</b>	<b>efekty kształcenia modułu</b>
S2_SS_SM_3_w_1	Sprawdzian	<p>- weryfikacja wiedzy, umiejętności, kompetencji społecznych na podstawie treści programowych modułu, literatury zamieszczonej w sylabusie oraz pracy własnej studenta;</p> <p>- forma weryfikacji wybierana przez osobę prowadzącą np.: kolokwium ustne/pisemne, test otwarty / wyboru, sprawdzian*, praca wymagająca określonych umiejętności i wiedzy np.: recenzja, case study, projekt (indywidualny, grupowy), zadania problemowe, sprawozdanie, portfolio, prezentacja z dyskusją, prowadzenie / udział w dyskusji, itp.</p>	S2_SS_SM_3_1, S2_SS_SM_3_2, S2_SS_SM_3_3, S2_SS_SM_3_4, S2_SS_SM_3_5
S2_SS_SM_3_w_2	Aktywność własna studenta (opcjonalnie)	działania mające na celu wykorzystanie wiedzy, umiejętności, kompetencji społecznych uzyskanych w oparciu o przekazywane treści programowe modułu, wskazaną w sylabusie literaturę oraz pracę własną	S2_SS_SM_3_1, S2_SS_SM_3_2, S2_SS_SM_3_3, S2_SS_SM_3_4, S2_SS_SM_3_5,

			S2_SS_SM_3_6, S2_SS_SM_3_7
--	--	--	-------------------------------

**5. Rodzaje prowadzonych zajęć**

kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów kształcenia
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
S2_SS_SM_3_fs_1	seminarium	analiza treści wskazanych tekstów dotyczących zagadnień szczegółowych w oparciu o dyskusję i pracę w zespołach, a także materiały filmowe	30	lektura wybranych tekstów poszerzających wiedzę	45	S2_SS_SM_3_w_1, S2_SS_SM_3_w_2