

1. Field of study	Sociology
2. Faculty	Faculty of Social Sciences
3. Academic year of entry	2020/2021 (winter term)
4. Level of qualifications/degree	second-cycle studies
5. Degree profile	general academic
6. Mode of study	part-time

Module: Seminarium specjalizacyjne SM-4

Module code: W3-SO-S2-SS_SM4

1. Number of the ECTS credits: 3

2. Learning outcomes of the module			
code	description	learning outcomes of the programme	level of competence (scale 1-5)
S2_SS_SM_4_1	Student definiuje podstawowe pojęcia z zakresu problematyki budowy marki, promocji i infrastruktury miejskiej oraz zna tezy kluczowych teorii dotyczących marketingu miejskiego. 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_W01 S2_W03 S2_W04 S2_W10 S2_W11	3 3 5 3 4
S2_SS_SM_4_2	Student zna źródła danych stosowanych we współczesnym marketingu miejskim oraz metody analizy działań promocyjnych współczesnych miast	S2_W04 S2_W14 S2_W15	4 5 5
S2_SS_SM_4_3	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	4 4 4 4
S2_SS_SM_4_4	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 rozwoju	S2_U02 S2_U03 S2_U10 S2_U12 S2_W18 S2_W19	5 4 3 4 3 3

S2_SS_SM_4_5	Student posiada umiejętność wykorzystania metod 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. 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 S2_U07 S2_U08 S2_U11 S2_U16	4 4 3 3 4
--------------	--	--	-----------------------

3. Module description	
Description	Moduł 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.
Prerequisites	

4. Assessment of the learning outcomes of the module			
code	type	description	learning outcomes of the module
S2_SS_SM_4_w_1	Sprawdzian	- weryfikacja wiedzy, umiejętności, kompetencji społecznych na podstawie treści programowych modułu, literatury zamieszczonej w sylabusie oraz pracy własnej studenta; - 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.	S2_SS_SM_4_1, S2_SS_SM_4_2, S2_SS_SM_4_3, S2_SS_SM_4_4, S2_SS_SM_4_5
S2_SS_SM_4_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_4_4

5. Forms of teaching						
code	form of teaching			required hours of student's own work		assessment of the learning outcomes of the module
	type	description (including teaching methods)	number of hours	description	number of hours	
S2_SS_SM_4_fs_1	seminar	Analiza treści wskazanych tekstów dotyczących zagadnień szczegółowych w oparciu o dyskusję i pracę w zespołach.	18	Lektura wybranych tekstów poszerzających wiedzę.	57	S2_SS_SM_4_w_1, S2_SS_SM_4_w_2