

Errata do katalogu (15.02.2019)

Socjologia I stopnia

Kursy zawieszone:

Antropologia wizualna
Fokusownia bez tajemnic
Komunikacja międzypersonalna
Komunikowanie o zdrowiu i chorobie
Komunikowanie w edukacji
Komunikowanie w społeczności lokalnej
Kultura gestu i słowa
Metoda biograficzna w socjologii i antropologii
Migracje i tożsamość we współczesnym świecie
Płeć i religijność
Problemy społeczeństwa polskiego
Równość płci w fizyce (obóz)
Socjologia muzyki
Społeczeństwo rozwoju
Teoria i praktyka ekonomii społecznej
Wprowadzenie do analizy dyskursu
Wprowadzenie do warsztatu trenera/trenerki aktywizacji społecznej

Korekty:

Zmiana nazwy kursu: "Bliski Wschód – między tradycją a nowoczesnością" na "Bliski Wschód a wyzwania współczesności"
Metody ilościowe w badaniach społecznych" prowadzący to dr Szymon Czarnik, dr Marcin Kocór i dr Maciej Koniewski

Socjologia II stopnia

Kursy zawieszone:

Gender Politics in Central and Eastern Europe
Digital transition i wyzwania urbanizacji

Korekta opisu kursu:

Zaawansowany pomiar w badaniach społecznych (IRT)
Prowadzący: mgr Maciej Koniewski
Liczba godzin: 30
Liczba punktów ECTS: 4
Forma zajęć: laboratorium

Wymagania wstępne: znajomość metodologii badań społecznych, znajomość dowolnego programu do analizy danych, znajomość analizy regresji (w tym regresji logistycznej) i analizy czynnikowej, umiejętność swobodnego czytania w języku angielskim

Forma zaliczenia: zaliczenie na ocenę

Opis kursu: Omawiane będą zagadnienia związane z projektowaniem i analizą wyników testów, głównie w pomiarze edukacyjnym, jednak mające zastosowanie także w pomiarze w innych naukach społecznych, politycznych, medycynie i psychologii. Kurs ma na celu wprowadzenie uczestników do klasycznej (classical test theory) i współczesnej (item response theory) teorii testu oraz realizację ćwiczeń komputerowych wykorzystujących ich praktyczne aplikacje. Ćwiczenia komputerowe będą wykonywane przy użyciu programów Excel i R. Kurs ma za zadanie dać podstawy, umożliwiające samodzielne dalsze studiowanie tematyki pomiaru edukacyjnego oraz nauczyć samodzielnej komputerowej obróbki wyników testów. Literatura i materiały w większości anglojęzyczne. Na zaliczenie realizacja zadań praktycznych i mini-projektów analitycznych. Kurs jest komplementarny do kursu, pn. Skalowanie w badaniach społecznych i marketingowych.

Inne korekty (dotyczy specjalizacji badawczej):

Seminarium „Ilościowe badanie zjawisk społecznych”, prowadzący: dr Marcin Kocór i dr Szymon Czarnik.

„Wielowymiarowa analiza danych”, prowadzący: prof. dr hab. Jarosław Górniak i dr Szymon Czarnik.

„Zaawansowana wielowymiarowa analiza danych”, prowadzący: prof. dr hab. Jarosław Górniak i dr Szymon Czarnik.

Lista kursów specjalizacji badawczej

Marketing: punkty z tego kursu (obowiązkowego dla specjalizacji) wliczają się studentom specjalizacji do puli kursów monograficznych, a nie do puli kursów specjalizacyjnych.

“Skalowanie w badaniach społecznych i marketingu: rok II, remestr II

“Metody wizualizacji danych”: kurs ma dwie części (odpowiednio w I i II sem2.)

“Ewaluacja polityk miejskich”: kurs do wyboru.

Kurs dodatkowy, którego nie ma w katalogu, a odbędzie się w semestrze letnim:

Nazwa kursu: Życie codzienne Kampusu – eksploracja. Międzywydziałowe badania praktyk społecznych

Prowadzący: dr hab. Marcjanna Nózka i dr hab. Marta Smagacz-Poziemska

Formuła przedmiotu: obóz naukowy

Stopień studiów: I i II stopień

Rok studiów: I stopień: 2 rok i 3 rok; II stopień: 1 i 2 rok

Semestr: II semestr

Limit miejsc: 15 osób

Liczba godzin: 60

Wymagania wstępne: brak

ECTS: 6