



INSTYTUT SOCJOLOGII
UNIwersYTETU JAGIELLOŃSKIEGO

ZASADY STUDIOWANIA W INSTYTUCIE SOCJOLOGII UJ

Socjologia
studia II stopnia

2021/2022

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie

Spis treści

Zasady studiowania na studiach II stopnia w Instytucie Socjologii UJ	2
Program studiów	3
Ramowy program studiów	3
Seminaria i egzamin magisterski	4
Seminaria tematyczne	5
Kursy anglojęzyczne.....	5
Lektorat.....	8
Szkolenie BHK	8
Indywidualny Tok Studiów.....	9
Specjalizacje.....	9
Analiza danych i badania społeczne.....	10
Komunikowanie społeczne (KS)	13
Społeczeństwo miejskie	20

Zasady studiowania na studiach II stopnia w Instytucie Socjologii UJ

Aby pomyślnie ukończyć studia socjologiczne z tytułem magistra, należy uzyskać w toku studiów łącznie **minimum 120 punktów ECTS**.

Program studiów II stopnia na kierunku socjologia w Instytucie Socjologii UJ umożliwia:

- **Wybór jednej z oferowanych specjalizacji:**
 - Analiza danych i badania społeczne
 - Komunikowanie społeczne
 - Społeczeństwo miejskie,

w ramach której, zgodnie z programem specjalizacji, należy uzyskać co najmniej 61 punktów ECTS:

lub

- **Realizację studiów ogólnosocjologicznych w ramach tzw. Indywidualnego Toku Studiów**, który polega na skonstruowaniu przez studenta/kę własnej ścieżki kształcenia.

Wszystkie kursy oferowane dla kierunku socjologia II stopnia oznaczone są jako metodologiczne lub monograficzne. W trakcie studiów magisterskich student/ka realizuje:

- **kursy metodologiczne** warte łącznie minimum 20 punktów ECTS oraz
- **kursy monograficzne** warte łącznie minimum 30 punktów ECTS.

Przy kodzie przedmiotu (kursu) w USOS-ie widnieją czytelne symbole wskazujące na przypisanie kursu do poszczególnego modułu:

- ***symbol kursu_mo*** – kurs należy do modułu monograficznego
- ***symbol kursu_me*** – kurs należy do modułu metodologicznego

PRZYKŁAD: Student/ka wybiera specjalizację Społeczeństwo miejskie. W jej ramach realizuje kurs *Socjologia przestrzeni i architektury*, który w USOS-ie oznaczony będzie jako mo, czyli należący do modułu monograficznego i jest warty 2 punkty ECTS. Punkty te wliczone zostaną do wymaganej minimalnej ilości punktów do uzyskania w ramach modułu monograficznego.

Ponadto program studiów magisterskich obejmuje:

- minimum dwa **seminaria tematyczne**
- **seminarium magisterskie** – łącznie 21 ECTS (po 7 ECTS w trakcie II, III i IV semestru)
- **lektorat języka obcego** (angielskiego) – 5 ECTS
- co najmniej jeden **kurs w języku obcym** (z dowolnej grupy kursów)

Program studiów

Oferta kursów w Instytucie Socjologii UJ publikowana jest w:

1. **Aplikacji Sylabus UJ:** <https://sylabus.uj.edu.pl/>

Na stronie – w zakładce dedykowanej socjologii, przedstawiana jest oferta kursów na dany cykl akademicki, wraz ze szczegółowymi opisami poszczególnych przedmiotów (sposób realizacji, godziny zajęć, liczba punktów ECTS, treści programowe, forma zaliczenia etc.)

2. **Systemie USOS:** <https://www.usosweb.uj.edu.pl/>

Ewentualne korekty i ostateczna lista kursów do wyboru publikowana będzie na stronie internetowej Instytutu Socjologii UJ we wrześniu poprzedzającym rozpoczęcie danego roku akademickiego.

Ramowy program studiów

KURS	TYP KURSU	ROK / SEMESTR	ECTS	LICZBA GODZIN
Teorie socjologiczne wobec wyzwań współczesności	Obowiązkowy: monograficzny	I rok / I semestr	6	60
Statystyczna analiza danych	Obowiązkowy: metodologiczny	I rok / I semestr	4	30
Analiza danych jakościowych	Obowiązkowy: metodologiczny	I rok / II semestr	4	30
Kursy specjalizacyjne	Zgodne z programem specjalizacji	I i II rok	min. 61 ECTS	
Seminaria tematyczne (minimum 2)	Obowiązkowy	I i II rok	3 - 6	60
Dostęp do informacji oraz ich ochrona w badaniach społecznych	Obowiązkowy	I rok / II semestr	1	10
Seminarium magisterskie	Obowiązkowy	II, III i IV semestr	21	90
Lektorat języka angielskiego	Obowiązkowy	I rok (I i II semestr)	5	60
Kurs w języku obcym (minimum 1)	Obowiązkowy	I lub II rok	3 - 6	30

Seminaria i egzamin magisterski

Studenci i studentki studiów drugiego stopnia na kierunku socjologia w Instytucie Socjologii UJ w trakcie II, III i IV semestru studiów mają obowiązek uczęszczać i zaliczyć seminarium magisterskie u jednego prowadzącego/prowadzącej. Wartość punktowa seminarium wynosi łącznie 21 ECTS (po 7 punktów za semestr).

Uzyskanie tytułu magistra wiąże się z napisaniem i przedłożeniem pracy magisterskiej oraz ustnym egzaminem magisterskim.

Szczegółowe informacje na temat egzaminów końcowych dostępne są na stronie IS UJ: https://socjologia.uj.edu.pl/studenci/egzaminy_koncowe.

Seminaria magisterskie oferowane w IS UJ

SEMINARIUM	PROWADZĄCY/A	ECTS
Badania wizualne, metoda biograficzna, badania nad mniejszościami	dr hab. Grażyna Kubica-Heller, prof. UJ	7+14
Migracje – w perspektywie socjologicznej	prof. dr hab. Krystyna Romaniszyn	7+14
Gospodarka i finanse w perspektywie socjologicznej	dr hab. Wiesław Gumuła, prof. UJ	7+14
Ilościowe badanie zjawisk społecznych	dr hab. Marcin Kocór, prof. UJ dr Szymon Czarnik	7+14
Komunikowanie o ważnych sprawach	dr hab. Maria Świątkiewicz-Mośny, prof. UJ	7+14
Metody jakościowe i ich zastosowanie	dr hab. Barbara Worek, prof. UJ	7+14
Miasto i wokół miasta – wyzwania badawcze	dr hab. Marta Smagacz-Poziemska, prof. UJ	7+14
Różnorodność rodzin i różnorodność w rodzinach – nowe paradygmaty badań	prof. dr hab. Krystyna Slany	7+14
Badania marketingowe, zachowania konsumentów	prof. dr hab. Adam Sagan	7+14
Socjologia życia publicznego	dr hab. Kaja Gadowska, prof. UJ	7+14
Tożsamość - religia - biografia w nowoczesności i ponowoczesności: ciągłość i zmiana	prof. dr hab. Irena Borowik	7+14
Wartości i obyczaje w mediach i społeczeństwie	dr hab. Małgorzata Bogunia-Borowska, prof. UJ	7+14
Media, dyskurs, sztuka: procesy społeczno-kulturowe i komunikacyjne	dr hab. Barbara Jabłońska, prof. UJ	7+14
Energia, klimat, ochrona środowiska – narracje, które zmieniają świat	dr hab. Aleksandra Wagner, prof. UJ	7+14

Seminaria tematyczne

SEMINARIUM	PROWADZĄCY/A	SEMESTR	ECTS
Migracje zagraniczne Polaków	prof. dr hab. Krystyna Romaniszyn	I	3
Socjologia gospodarki	dr hab. Wiesław Gumuła, prof. UJ	I	3
Analiza dyskursu publicznego	dr hab. Barbara Jabłońska, prof. UJ	I	3
Socjologia publiczna: przeciw dyskryminacji i wykluczeniu	dr hab. Beata Kowalska, prof. UJ	I	3
Globalne i lokalne (de)konstrukcje seksualności	dr hab. Katarzyna Zielińska, prof. UJ	II	4
Kulturowe mechanizmy rozwoju wiedzy	prof. dr hab. Maria Flis	II	4
Socjologia i antropologia konsumpcji	prof. dr hab. Krystyna Romaniszyn	II	3
Światowy system finansowy w perspektywie socjologicznej	dr hab. Wiesław Gumuła, prof. UJ	II	3
Transformacja ustrojowa w Polsce w świetle teorii osobliwości społecznych	dr hab. Wiesław Gumuła, prof. UJ	II	3
Współczesne zagadnienia socjologii władzy i polityki	dr Paulina Sekuła	II	3
Współczesne teorie antropologiczne	dr hab. Marcin Lubaś, prof. UJ	II	3
Płeć i religijność	dr Anna Szwed	II	3
Global phenomena in the public sphere	dr Paulina Polak	II	5
Auschwitz w pamięci społecznej Polaków po 75 latach	prof. dr hab. Marek Kucia dr Maciej Koniewski	II	6

Kursy anglojęzyczne

Studenci i studentki studiów II stopnia na kierunku socjologia w IS UJ są zobowiązani do zrealizowania w trakcie toku studiów **co najmniej jednego kursu w języku obcym**.

Zasady uczestnictwa w poszczególnych kursach są uwzględnione przy ich opisach, które dostępne są w Aplikacji Sylabus UJ (<https://sylabus.uj.edu.pl/>) oraz systemie USOS (<https://www.usosweb.uj.edu.pl/>).

Kursy anglojęzyczne oferowane w IS UJ

KURS	PROWADZĄCY/A	SEMESTR	ECTS
10 ideas, that created Europe	dr Markus Lipowicz	I	4
Auschwitz: the past in the present	prof. dr hab. Marek Kucia	I	4
Human Resource Management	dr Piotr Prokopowicz	I	3
Polish Society Through Documentary Film and Ethnography	dr hab. Grażyna Kubica-Heller, prof. UJ	I	5
Social and Political Philosophy	dr hab. Riccardo Campa, prof. UJ	I	4
Sociology of Youth	dr Ewa Krzaklewska	I	5
The Anthropology of Cultural Pluralism	dr Annamaria Orla-Bukowska	I	6
Is God Dead? Religion and Spirituality in Contemporary European Societies	dr hab. Katarzyna Zielińska, prof. UJ	I	5
Contemporary Development Studies	dr Marta Klekotko	I	4
Islam in Europe	dr Marta Warat	I	5
Gender and Democracy in Poland	dr Marta Warat	I	5
Sociology by Woody Allen	dr Marta Klekotko	I	3
Coaching and mentoring for project managers	dr Seweryn Krupnik	I	3
Gender and Law	dr Paulina Polak prof. Grażyna Skąpska	I	6
Is the World Flat? Places and Localities Matter	prof. dr hab. Krzysztof Gorlach	I	5
The Heart of Society: Social Movements as Development	prof. dr hab. Krzysztof Gorlach	I	5
The Food as the Weapon in the Contemporary World: Food Safety and Food Security in the Global World	prof. dr hab. Krzysztof Gorlach	I	5
Futures analysis	dr hab. Riccardo Campa, prof. UJ	I	4
Habitus: the body, social structures and cultural contexts	dr Borys Cymbrowski	I	4
Arts, Culture and Urban Development	dr Marta Klekotko	II	5
Anti-corruption workshop	dr Paulina Polak	II	5
Gender Politics in Central and Eastern Europe	dr hab. Katarzyna Zielińska, prof. UJ	II	5
Building Organizations: Organizational Design and Development in Action	dr Piotr Prokopowicz	II	3

Leadership, Management and Entrepreneurship in the 21st Century	dr Piotr Prokopowicz	II	4
Liberalism and Its Critics: Historical and Contemporary Perspectives	dr Daria Łucka	II	4
Racism and nationalism in the contemporary world	dr Annamaria Orla-Bukowska	II	4
Reading Anthropology Between the Lines	dr Annamaria Orla-Bukowska	II	4
Translatorium socjologiczne/Reading Sociological Texts	dr Daria Łucka	II	4
Sociology of food	dr Ewa Kopczyńska	II	4
Sociology and Psychology of Terrorism	dr hab. Riccardo Campa, prof. UJ	II	4
Sociology of Organised Crime	dr hab. Riccardo Campa, prof. UJ	II	4
Introduction to Case-Oriented Methodology: Qualitative Comparative Analysis and Process Tracing	dr Seweryn Krupnik	II	6
Sociology of Sex Work	dr Agata Dziuban	II	4
The Holocaust and Memory in Poland	prof. dr hab. Marek Kucia	II	4
Religion in Transforming Countries of Central and Eastern Europe	prof. dr hab. Irena Borowik	II	5
The Anthropology of Eastern Europe	dr hab. Marcin Lubaś, prof. UJ	II	5
Global phenomena in the public sphere	dr Paulina Polak	II	5
Introduction to Historical Sociology	dr Borys Cymbrowski	II	3

Lektorat

Studenci i studentki pierwszego roku studiów magisterskich na kierunku socjologia w Instytucie Socjologii UJ zobowiązani są zrealizować **60 godzin lektoratu** oraz zdać egzamin z języka angielskiego **na poziomie minimum B2+** (5 ECTS).

Organizacją zajęć z języków obcych oraz organizacją egzaminów, jak również akceptacją certyfikatów poświadczających znajomość języka obcego, zajmuje się Jagiellońskie Centrum Językowe.

Jagiellońskie Centrum Językowe

ul. Krupnicza 2, 31-123 Kraków

tel. 012 421 36 11, 012 426 13 65, 012 426 13 66

fax. 012 423 00 99

strona internetowa: www.jcj.uj.edu.pl

Zapisy na kursy w JCJ realizowane w ramach rejestracji żetonowej. Szczegóły na stronie:

<https://www.usosweb.uj.edu.pl/ul/>

Szkolenie BHK

Obowiązek szkolenia w zakresie BHK dotyczy wszystkich studentów rozpoczynających naukę na pierwszym roku studiów: pierwszego stopnia, drugiego stopnia i jednolitych magisterskich na Uniwersytecie Jagiellońskim, z wyjątkiem tych osób, które w ramach dotychczasowego kształcenia na studiach pierwszego stopnia, studiach drugiego stopnia lub jednolitych studiach magisterskich na Uniwersytecie Jagiellońskim odbyły już szkolenie w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy **w okresie ostatnich pięciu lat**.

Zapis ten jest jednoznaczny z tym, że **nie zwalnia** ze szkolenia BHK na Uniwersytecie Jagiellońskim uczestnictwo w tego typu zajęciach na innych uczelniach, w ośrodkach szkolenia, zakładach pracy itp.

Szczegółowe informacje na temat szkolenia dostępne są na stronie:

<https://ibhp.uj.edu.pl/szkolenia/dla-studentow-i-doktorantow>

Indywidualny Tok Studiów

Indywidualny Tok Studiów polega na samodzielnym skonstruowaniu przez studenta/studentkę własnej ścieżki kształcenia, wyraźnie nie mieszczącej się w żadnej z oferowanych specjalizacji.

Podanie o ITS wraz z proponowanym planem studiów należy skierować do Zastępczyni Dyrektora Instytutu Socjologii UJ ds. dydaktycznych dr hab. Marcjanny Nózki, prof. UJ i złożyć do 15 października 2021 r.

ITS jest opcją stosowaną wyłącznie w uzasadnionych przypadkach. Decyzje podejmowane są przez Dyrekcję IS UJ każdorazowo na podstawie oceny spójności proponowanego planu oraz wypełnienia efektów kształcenia dla kierunku (dostępne na [stronie IS UJ](#)).

Studentów i studentki socjologii ubiegających się o ITS obowiązują zasady realizacji dwóch seminariów tematycznych, kursów monograficznych i metodologicznych, lektoratu oraz seminarium magisterskiego.

Studenci i studentki ubiegający się o tryb ITS również składają deklarację wyboru specjalizacji w przedstawionym poniżej trybie (w momencie zapisu na studia).

Specjalizacje

Specjalizacje na studiach socjologicznych w IS UJ są wybierane przez studentów i studentki poprzez wypełnienie i podpisanie **deklaracji wyboru składanej przy wpisie na studia**. Deklaracje zawierają listę specjalizacji ponumerowaną wg. preferencji studenta/studentki (1 - najbardziej preferowana, 3 - najmniej preferowana specjalizacja). Górny limit przyjęć nie został określony, dolny wynosi 15 osób.

Formularz deklaracji wyboru dostępny jest na stronie Instytutu Socjologii UJ:

<http://www.socjologia.uj.edu.pl/dla-kandydatow/studia-ii-stopnia>

oraz w sekretariacie studiów II stopnia (pok. 49).

Specjalizacje posiadają własne programy, w ramach których wskazane są kursy obowiązkowe i kursy do wyboru. Niektóre specjalizacje posiadają tematyczne moduły specjalizacyjne. Struktura i treści programu specjalizacji ustalane są wewnątrz specjalizacji w oparciu o Krajowe Ramy Kwalifikacji i obowiązujące dla socjologii efekty kształcenia.

Każda specjalizacja ma swojego koordynatora/koordynatorkę odpowiedzialnego/ą za bieżące funkcjonowanie specjalizacji.

Analiza danych i badania społeczne

Koordinator specjalizacji:

dr Szymon Czarnik

Opis specjalizacji

Program specjalizacji jest wyjściem naprzeciw potrzebom wciąż zmieniającego się rynku pracy i zgłaszanemu zapotrzebowaniu na specjalistów nauk społecznych potrafiących połączyć wiedzę socjologiczną z umiejętnością projektowania i prowadzenia badań zarówno dla potrzeb sektora biznesowego (badania rynku, badania dla potrzeb zarządzania), jak i sektora publicznego (badania opinii społecznej, diagnoza społeczna, ewaluacja programów publicznych) czy organizacji pozarządowych. Badania pracodawców (m.in. Bilans Kapitału Ludzkiego w Polsce, badania ankietowe rynku pracy NBP) wyraźnie wskazują na potrzebę wykształcenia socjologa-analityka i badacza zjawisk społecznych i rynkowych. Zapotrzebowanie na socjologów o takich kompetencjach zgłaszane jest przez różnego rodzaju instytucje – m.in. firmy badawcze, instytucje administracji publicznej, organizacje pozarządowe, firmy konsultingowe.

Specjaliści z takim wykształceniem muszą posiadać wiedzę i umiejętności z zakresu projektowania i realizacji badań oraz komputerowo wspomaganą analizę danych ilościowych i jakościowych. Tym kompetencjom analityczno-badawczym towarzyszyć musi dobre przygotowanie teoretyczne w zakresie obszarów ich wykorzystania: marketingu i zachowań konsumenckich z jednej strony i analizy polityk publicznych i funkcjonowania organizacji z drugiej. Z tego względu w programie specjalizacji można wyróżnić następujące ogólne bloki tematyczne:

- Podstawy teoretyczne i praktyczne zastosowanie różnych metod zbierania i analizy danych
- Marketing, badania rynku i konsumenta
- Analiza i ewaluacja polityk publicznych
- Socjologia organizacji
- Socjologia gospodarki

Wiedza i umiejętności w zakresie teorii i metodologii badań społecznych muszą zostać wzbogacone ogólne kompetencje społeczne ważne dla pracodawców: umiejętność definiowania problemów i projektowania ich rozwiązań, umiejętność pracy w zespole projektowym, efektywnej komunikacji społecznej, umiejętności planowania i terminowej realizacji zadań, sprawnego posługiwania się technologiami komputerowymi. Te kompetencje ogólne studenci nabywają dzięki wykorzystaniu metody projektowej, naciskowi na przygotowanie warsztatowe, wykorzystaniu najnowocześniejszego oprogramowania komputerowego w dziedzinie badań i analizy danych i rozliczaniu z terminowych zadań indywidualnych i zespołowych.

Celem programu jest zapewnienie, by absolwenci specjalizacji Analiza danych i badania społeczne:

- zdobyli wszechstronne umiejętności badawcze i analityczne
- mieli podstawy teoretyczne umożliwiające interpretację wyników uzyskiwanych w badaniach
- byli zdolni do prowadzenia samodzielnych badań społecznych, w tym badań marketingowych i ewaluacyjnych
- potrafili prezentować wyniki badań na potrzeby różnego rodzaju odbiorców (środowiska naukowe, administracja publiczna, korporacje);
- mogli stać się produktywnymi członkami zespołów, zdolnymi do efektywnej komunikacji (w mowie i na piśmie) oraz samoorganizacji swojego czasu pracy
- dysponowali wiedzą i warsztatem analitycznym umożliwiającymi poszerzanie swoich kompetencji w bardziej wyspecjalizowanych kierunkach
- umieli samodzielnie planować swój rozwój zawodowy i skutecznie radzić sobie na rynku pracy
- dysponowali wiedzą nt. funkcjonowania współczesnego społeczeństwa
- byli przygotowani do podjęcia pracy w różnego typu instytucjach: w sektorze prywatnym (agencje badań rynkowych i badania opinii publicznej, firmy konsultingowe, działy marketingu, analizy rynku i sprzedaży oraz zarządzania zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwach), sektorze publicznym (administracja rządowa i samorządowa, działach badań i analiz w różnych agencjach publicznych, jak np. policja, firmy prowadzące badania ewaluacyjne oraz badania diagnostyczne dla sektora publicznego) oraz sektorze organizacji pozarządowych

Ramowy program specjalizacji

KURSY OBOWIĄZKOWE	LICZBA GODZIN	ROK	SEMESTR
Marketing *	30	I	I
Wprowadzenie do zarządzania projektami	30	I	I
Wielowymiarowa analiza danych	60	I	II
Warsztaty z przygotowania danych do analizy (Excel, SPSS, R)	15	I	II
Warsztaty badań marketingowych	45	I	II
Zaawansowana wielowymiarowa analiza danych	60	II	I
Modelowanie strukturalne zmiennych ukrytych	30	II	I
Analiza i ewaluacja polityk publicznych	60	II	I
Warsztaty analizy danych zastanych	45	II	II
Skalowanie w badaniach społecznych i marketingowych	30	II	II
Dobór próby w badaniach społecznych	30	I i II	II

* Punkty z kursu "Marketing" liczą się zarówno do specjalizacji jak i do modułu monograficznego

KURSY DO WYBORU	LICZBA GODZIN	ROK	SEMESTR
Metody wizualizacji danych 1	30	I i II	I
Human Resource Management	30	I i II	I
Socjologia gospodarki	30	I i II	I
Socjologia finansów	30	I i II	I
Konsumpcjonizm i jego badanie	30	I i II	I
Wprowadzenie do komunikowania społecznego	30	I i II	I
Teoria gier jako narzędzie analizy socjologicznej	30	I i II	I
Ewaluacja w praktyce – ocena wybranej interwencji społecznej	60	I i II	I i II
Metody wizualizacji danych 2	30	I i II	II
Analiza sieci i portali społecznościowych	30	I i II	II
Building Organizations: Organizational Design and Development in Action	30	I i II	II
Leadership, Management and Entrepreneurship in the 21st Century	30	I i II	II
Finansjalizacja w dyskursie publicznym	30	I i II	II
Socjologiczne Teorie Karola Marksa	30	I i II	II

Komunikowanie społeczne (KS)

Koordynatorki specjalizacji:

dr hab. Maria Świątkiewicz-Mośny, prof. UJ

dr hab. Aleksandra Wagner, prof. UJ



<https://www.facebook.com/socjologiabadaniakomunikacja>

Opis specjalizacji

Świat wciąż się zmienia. W ciągu ostatnich lat zmiany społeczno-kulturowe i technologiczne następują tak szybko, że rozumienie ich i adaptowanie się do nich wymaga szczególnej wiedzy i umiejętności. W tym zakresie wiedza socjologiczna pozwala skutecznie planować i realizować różnorodne działania komunikacyjne oraz badać je, analizować, opisywać, interpretować i w efekcie zrozumieć. Najważniejszym wyzwaniem jest nie tylko sprawne korzystanie z nowych technologii, bo te za chwilę ustąpią jeszcze nowszym, lecz rozumienie logiki owych przemian i umiejętność adaptacji do nich. Dlatego socjologia komunikacji to wiedza przyszłości.

Odpowiadając na te wyzwania oferujemy program, który z jednej strony skupia się na wielowymiarowej analizie zjawisk i procesów komunikowania się w różnych sferach życia codziennego, zaś z drugiej obejmuje szereg zajęć warsztatowych i laboratoryjnych, podczas których uczymy, jak projektować i budować strategie komunikacyjne, określać warunki ich skuteczności, konstruować twórcze, nowatorskie przekazy za pomocą obrazu i słowa. Zagadnienia naukowe i dydaktyczne podejmowane w ramach specjalizacji koncentrują się na trzech poziomach: komunikacji interpersonalnej i grupowej, komunikacji w organizacjach i pomiędzy nimi, oraz komunikacji masowej. Wszystkie one pozostają pod wpływem nowych technologii komunikacyjnych, dlatego takie zjawiska jak społeczeństwo sieciowe, media cyfrowe i generowane przez nie procesy (Web 2.0, chmura informacyjna, media społecznościowe, big data, CAQDAS, textmining itp.) znajdują się w centrum naszej uwagi.

Bardzo istotnym wymiarem programu kształcenia na specjalności jest tworzenie warunków do rozwoju kreatywności, wzajemne inspirowanie się i towarzyszenie studentom i studentkom w ich własnych projektach i rozwoju. Program specjalizacji jest elastyczny i w znacznym stopniu umożliwia samodzielne kształtowanie edukacji. Studenci i studentki mają wpływ na to czego i w jakiej formie się uczą. Jednocześnie wspieramy ich oferując przedmioty ułożone w spójne ścieżki edukacyjne. Mogą z nich skorzystać, jak i dowolnie je krzyżować konstruując własne programy kształcenia. W każdym przypadku służymy radą i opieką.

Struktura programu kształcenia na specjalizacji Komunikowanie społeczne



Proponowany przez nas program kształcenia na specjalizacji Komunikowanie społeczne obejmuje kursy obowiązkowe (kanoniczne), kursy szczególnie rekomendowane (do wyboru) i kursy fakultatywne (do wyboru). **Kanon** (6 kursów, łącznie 21 ECTS) jest podstawą teoretyczną programu kształcenia. Składa się z następujących kursów:

- Wprowadzenie do komunikowania
- Socjologia języka
- Współczesne badania nad komunikacją
- Kultura i media
- Komunikowanie a rozwój społeczny
- Prawo prasowe i autorskie

Wśród kursów do wyboru znajdują się również kursy, które są szczególnie przez nas **rekomendowane**. Rekomendacja jest podpowiedzią i wskazówką, ale prezentowane w ich ramach treści są istotne dla realizacji kursów fakultatywnych. Są to:

1. Krytyczna analiza dyskursu (KAD) - to kurs bardzo przydatny do badania wszelkich zjawisk i procesów komunikacyjnych związanych z relacjami władzy i dominacji, które tkwią w języku. Istotą KAD jest badanie i demaskowanie tego, co na pierwszy „rzut oka” jest niewidoczne i ukryte. Po odbyciu kursu student zyska swoiste „okulary analityczne”, które pozwolą mu dostrzegać i badać przemoc w dyskursie medialnym.
2. Socjologia wizualna - Umberto Eco, Susan Sontag, Piotr Sztompka, Roland Barthes, Jean Baudrillard, John Grady, Luc Pauwels, Sarah Pink i wielu innych. Co łączy tych znakomitych badaczy? To, że zdali sobie sprawę, że aby zrozumieć współczesny świat, badać życie społeczne, wnikać w tkankę społecznej rzeczywistości i odkrywać społeczne DNA trzeba uwzględnić perspektywę wizualną. Już w 1921 roku Georg Simmel zauważył, że oko ludzkie odgrywa wyjątkową rolę w socjologii. Dziś, prawie 100 lat później

proponujemy teorię i metodologię wypracowaną na gruncie socjologii wizualnej, która pozwoli zrozumieć współczesne procesy społeczne i kulturowe.

3. Deliberacja, partycypacja, dialog społeczny - ostatnie lata to dynamiczny, intensywny rozwój koncepcji i technik związanych z kolektywnym rozważaniem problemów istotnych dla ludzi i promowaniem ich udziału w procesach decyzyjnych. Dotyczy to zarówno wymiaru obywatelskiego, jak i biznesowego. Umiejętność planowania procesów dialogu i ich ewaluacji to wciąż unikatowe kompetencje, specjalistów w tym obszarze jest zbyt mało. Z tego powodu szczególnie rekomendujemy Państwu kurs, który daje podstawy wiedzy eksperckiej w tym obszarze.
4. Komunikowanie międzykulturowe - gdyby przyjąć metaforę „melting pot”, która oznacza, że żyjemy w coraz bardziej zróżnicowanym świecie, komunikowanie międzykulturowe staje się najbardziej podstawową kompetencją. Umiejętność komunikowania z przedstawicielami różnych kultur przydaje się zarówno w pracy, jak i życiu prywatnym. Kontakty z osobami, które mają inne korzenie kulturowe i językowe wymagają wiedzy i umiejętności, które pomogą uniknąć niepotrzebnych nieporozumień.
5. Procesy grupowe. Laboratorium - w ramach kursu będziemy obserwować, eksperymentować, analizować, przyglądać się grupom z różnych perspektyw. Nie umknie naszej uwadze struktura komunikacyjna ani socjometryczna. Będziemy śledzić cykl życia grupy oraz przyjrzymy się mechanizmom podejmowania wspólnych decyzji. Wiedza i umiejętności, które będą rozwijane w ramach laboratorium będą podstawą dla zdobywania kolejnych kompetencji zarówno w obszarze związanym z realizowaniem badań, jak i innych procesów komunikacyjnych.
6. Badania jakościowe w praktyce 1 - Od danych terenowych do eksploracyjnej analizy jakościowej] – nowoczesne badania jakościowe to odkrywanie wiedzy w danych i konstruowanie teorii przy użyciu wyobraźni socjologicznej i analitycznej, wrażliwości językowej, dostrzegania wielowymiarowości relacji między danymi. Istotą tych zajęć jest interdyscyplinarność oraz interakcja między nowymi technologiami a tradycyjną metodologią analizy i badań jakościowych w duchu teorii ugruntowanej, analizy tematycznej i metod mieszanych z wykorzystaniem programów do wspomaganego komputerowo analizy danych (CAQDAS), kognitywistyki, textmining i przetwarzania języka naturalnego. Na kursie zamieniamy teorię w praktykę, wiedzę w umiejętności.

Program specjalizacji tworzą również **kursy do wyboru**, które rozwijają określone umiejętności praktyczne, metodologiczne i analityczne. Należy wybrać ich tyle, żeby suma punktów wyniosła minimum 40 ECTS. Kursy te pogrupowane są w dwie ścieżki kształcenia:

1. Analityk/Badacz mediów i komunikacji
2. Architekt rynku mediów i komunikacji

Analitik/Badacz mediów i komunikacji

Wybór tej ścieżki kształcenia umożliwia zdobycie wiedzy i profesjonalnych umiejętności w zakresie analizy oraz badania mediów i procesów komunikowania społecznego.

Zajęcia w ramach ścieżki to laboratoria, warsztaty, projekty i praktyka terenowa (obóz naukowo-badawczy, praktyki analityczne). Zajęcia prowadzone są przez dydaktyków, którzy wiedzę i profesjonalne doświadczenie zdobywali w projektach naukowych i biznesowych. Uczymy warsztatu metodologicznego, wrażliwości badawczej, myślenia analitycznego, umiejętności odkrywania wiedzy zawartej w danych oraz sztuki interpretacji. Uczymy wielowymiarowej analizy i prowadzenia badań jakościowych (IDI, FGI), analizy danych tekstowych i wizualnych, analizy danych z sieci i portali społecznościowych, analizy danych medialnych, badań internetowych czy metod wizualizacji itd.

Kształcimy analityków i badaczy mediów społecznościowych, e-commerce, czy mediów tradycyjnych oraz socjologów - badaczy zjawisk i procesów komunikowania w obszarze społeczeństwa, kultury i biznesu. Nasi absolwenci posiadają wiedzę teoretyczną z socjologii komunikowania społecznego i umiejętności praktycznej analizy komunikowania z wykorzystaniem najnowszych osiągnięć w dziedzinie informatyki społecznej, kognitywistyki i językoznawstwa. Dlatego z łatwością radzą sobie zarówno z analizą zawartości i treści mediów (wewnętrznych i zewnętrznych), analizą mediów społecznościowych, prowadzeniem audytu komunikacyjnego, a także badaniem Internetu, dyskursu politycznego, medialnego czy społeczno-kulturowego. Stawiamy na interdyscyplinarność i nowe technologie.

Najlepiej oferujemy udział w projektach naukowo-badawczych realizowanych w naszej Pracowni CAQDAS TM Lab. Analitik/Badacz mediów i komunikacji w dobie rozwoju społeczeństwa informacji i wiedzy czy mediów społecznościowych jest obecnie jednym z najbardziej pożądanym zawodów na rynku pracy.

Architekt rynku mediów i komunikacji

Wybór tej ścieżki kształcenia umożliwia zdobycie wiedzy i profesjonalnych umiejętności niezbędnych do pracy w zawodach związanych z mediami i komunikowaniem społecznym. W ramach tej ścieżki proponujemy konwersatoria, warsztaty i laboratoria, pomagamy organizować praktyki studenckie w instytucjach medialnych, firmach i administracji publicznej.

Zajęcia prowadzone są przez pracowników i współpracowników Zakładu Socjologii Komunikacji Społecznej oraz praktyków – profesjonalistów, którzy doświadczenie rynkowe zdobywali przy realizacji projektów biznesowych. Uczymy projektowania, organizowania i koordynowania kampanii komunikacyjnych (PR, CSR itp.), moderacji i ewaluacji spotkań grupowych, w tym zasad i metod deliberacji i prowadzenia dialogu, a także umiejętności tworzenia i zarządzania treścią mediów społecznościowych. Ukończenie tej ścieżki daje możliwość podjęcia pracy w obszarach związanych z Public Relations, czy na stanowiskach związanych z komunikacją wewnętrzną

i zewnętrzną organizacji tj., PR Manager, Employer Branding Specialist, czy Rzecznik Prasowy. Drugim obszarem rozwoju kompetencji w tej ścieżce kształcenia jest Społeczna Odpowiedzialność Biznesu (CSR Management). Ten intensywnie rozwijający się obszar działalności biznesowej wymaga specjalistów znających techniki projektowania i monitorowania działań przedsiębiorstw.

Zdobyte kompetencje umożliwiają również pracę w wielu nowych zawodach związanych z rozwojem nowych mediów. Należy tu wspomnieć o zawodowych blogerach, czy redaktorach mediów elektronicznych. Praca w obszarze starych i nowych mediów oraz działania nakierowane na współpracę z nimi wymaga od absolwentów i absolwentek umiejętności pracy z obrazem, filmem, tekstem i dźwiękiem. Zajęcia oferowane w ramach ścieżki architekt kształcą umiejętności tworzenia zawartości mediów, ale też jej interpretacji i krytycznego rozumienia. Najlepszych zapraszamy do współpracy przy projektach naukowych i komercyjnych realizowanych w Zakładzie Socjologii Komunikowania Społecznego.

Zestawienie kursów do wyboru w ramach dwóch ścieżek kształcenia

/proponowany przez nas pomysł podziału kursów na dwie ścieżki jest (tylko naszą) propozycją, która pomoże Studentkom i Studentom specjalizacji przy układaniu indywidualnych programów studiów. Koordynatorki specjalizacji pozostają do dyspozycji i chętnie pomogą w wyborze przedmiotów/

ANALITYK/BADACZ	ARCHITEKT
Analiza dyskusji grupowych (FGI)	Deliberacja, partycypacja, dialog społeczny
Analiza sieci i portali społecznościowych	Finansjalizacja w dyskursie publicznym
Badania jakościowe w praktyce 1 [Od danych terenowych do eksploracyjnej analizy jakościowej]	Komunikowanie międzykulturowe
Badania jakościowe w praktyce 2 [Od analizy wielowymiarowej do modeli koncepcyjnych]	Komunikowanie w edukacji
Badania jakościowe w praktyce 3 [Obóz naukowo-badawczy: wywiad, jako postępowanie badawcze]	Komunikowanie w społeczności lokalnej
Badania opinii publicznej	Mechanizmy dyskryminacji i wykluczenia a media cyfrowe
Badania rynku mediów	Moderator dyskusji grupowych / Facylitacja grupowa (warsztaty z praktykami)
Fokusownia bez tajemnic [Moderator wywiadów grupowych]	Nowe media i ich społeczne funkcje
Krytyczna analiza dyskursu	PR jako forma komunikowania organizacji z otoczeniem
Krytyczna analiza obrazu	
Metody Analizy Danych Tekstowych 1 [Od informacji do wiedzy praktyczne: wprowadzenie]	PR w praktyce (warsztaty z praktykami)
Metody Analizy Danych Tekstowych 2 [Od informacji do wiedzy – analizy słownikowe]	Procesy grupowe - laboratorium

Metody wizualizacji danych - poziom 1	Projektowanie strategii komunikacyjnych w reklamie (warsztaty z praktykami)
Semiotyka w reklamie i marketingu	Socjologia filmu
Metody wizualizacji danych - poziom 2	Społeczna odpowiedzialność biznesu. Projektowanie programów CSR.
Socjologia wizualna	
Technologie informacyjne (pakiety biurowe w chmurze i desktopowe)	
Wykorzystanie programów komputerowych w badaniu opinii publicznej	

Pronowane kursy z podziałem na semestry

KURS		Semestr	ECTS
Wprowadzenie do komunikowania społecznego	kanon	I	4
Współczesne badania o komunikowaniu	kanon	I	5
Kultura i media	kanon	I	4
Komunikowanie a rozwój społeczny	kanon	II	4
Prawo prasowe i autorskie (warsztaty)	kanon	II	1
Socjologia języka	kanon	II	4
Komunikowanie w edukacji	architekt	I	2
Moderator dyskusji grupowych	architekt	I	3
Nowe media i ich społeczne funkcje	architekt	I	2
PR jako forma komunikowania organizacji z otoczeniem	architekt	I	4
PR w praktyce	architekt	I	4
Procesy grupowe	architekt	I	4
Społeczna odpowiedzialność biznesu. Projektowanie programów CSR.	architekt	I	4
Deliberacja, partycypacja, dialog społeczny	architekt	II	4
Komunikowanie międzykulturowe	architekt	II	4
Mechanizmy dyskryminacji i wykluczenia a media cyfrowe	architekt	II	2
Projektowanie strategii komunikacyjnych w reklamie	architekt	II	3
Facylitacja społeczna	architekt	II	2
Komunikowanie o zdrowiu i chorobie	architekt	II	4
Finansjalizacja w dyskursie publicznym	architekt	II	3
Technologie informacyjne (pakiety biurowe w chmurze i desktopowe)	analitik	I	3
Badania jakościowe w praktyce 1 [Od danych terenowych do eksploracyjnej analizy jakościowej]	analitik	I	5
Badania jakościowe w praktyce 3 [Obóz naukowo-badawczy: wywiad, jako postępowanie badawcze]	analitik	I i II (kurs roczny)	7
Metody wizualizacji danych - poziom 1	analitik	I	4
Metody Analizy Danych Tekstowych 1 [Od informacji do wiedzy – praktyczne wprowadzenie]		I	4
Analiza dyskusji grupowych (FGI)	analitik	II	3
Badania jakościowe w praktyce 2 [Od analizy wielowymiarowej do modeli koncepcyjnych]	analitik	II	5
Krytyczna analiza dyskursu	analitik	II	3
Metody Analizy Danych Tekstowych 2 [Od informacji do wiedzy – analizy słownikowe]	analitik	II	4
Socjologia wizualna	analitik	II	5

Semiotyka w reklamie i marketingu - warsztaty	analitik	II	2
Usability i badania eyetrackingowe	analitik	II	3
Badania rynku mediów	analitik	II	2
Analiza sieci i portali społecznościowych	analitik	II	4

Społeczeństwo miejskie

Koordynatorka specjalizacji:

dr hab. Marta Smagacz-Poziemska, prof. UJ



<https://web.facebook.com/miastospoleczenstwo/>

Opis specjalizacji

Miasta są obszarem najintensywniejszych, najbardziej widocznych i najważniejszych w swoich konsekwencjach przemian społecznych, kulturowych, ekonomicznych i ekologicznych; stają się też przestrzenią ważnych procesów politycznych: z jednej strony dyskusji – często w wersji polemicznej i w kontekście prywatyzowania przestrzeni - o prawie do miasta, o możliwych i oczekiwanych relacjach pomiędzy władzą i obywatelami, z drugiej, kształtowania się i wzmacniania demokratycznych praktyk partycypacyjnych. „Miejskość” współczesnego społeczeństwa wynika częściowo z procesów demograficznych: większość ludzi mieszka dziś w miastach lub na terenach zurbanizowanych – według danych ONZ z 2011 roku to 52,1% populacji świata, a w przypadku regionów rozwiniętych to aż 77,7%.

Statystyki nie oddają oczywiście jakościowego zróżnicowania urbanizacji, a w tym zróżnicowania jakości życia, kultur i modeli rozwojowych w miastach świata. Współczesne miasta to lokalno-globalne przestrzenie, w których odzwierciedlają się ogólnie występujące zjawiska, procesy i problemy społeczne (w tym ekologiczne), ale które są równocześnie miejscem kreowania innowacyjnych rozwiązań technologicznych, architektonicznych, ekonomicznych oraz społeczno-kulturowych.

Ostatnie dwadzieścia sześć lat to okres radykalnych przemian warunków i czynników określających szanse i bariery rozwojowe miast polskich – na te okoliczności złożyły się procesy transformacyjne po 1989 roku, procesy globalizacyjne, rewolucja technologiczna oraz akcesja Polski do Unii Europejskiej, stymulująca inwestycje w miasta i rozwój polityki miejskiej.

Dynamika miejskich przeobrażeń i wyzwań wzmacnia zapotrzebowanie na specjalistów, którzy rozumieją złożoną rzeczywistość miejską i są przygotowani do jej badania, diagnozowania zagrożeń i potencjałów rozwojowych miast, konstruowania i promowania projektów zmian w sferze społecznej, konsultowania rozwiązań planistów i projektantów, podejmowania mediacji, negocjacji i wspierania konsensusu w miejskiej przestrzeni publicznej oraz reprezentowania w polityce i gospodarce interesów społeczności lokalnych i różnych grup użytkowników miasta.

Odpowiedzią na taką potrzebę jest specjalizacja „Społeczeństwo miejskie”, w ramach której absolwenci uzyskują wiedzę i umiejętności niezbędne do wieloaspektowej analizy i interpretacji zjawisk, procesów i problemów charakterystycznych dla współczesnego miasta, oraz do współtworzenia – wraz z przedstawicielami innych dyscyplin – działań, planów i programów

służących rozwojowi lokalnemu. W związku z tym w specjalizacji akcentuje się, po pierwsze, znaczenie wiedzy teoretycznej i metodologicznej służącej badaniu i rozumieniu rzeczywistości miejskiej, po drugie, umiejętności aplikacji wyników badań oraz proponowania odpowiedzi na miejskie wyzwania i problemy, po trzecie, umiejętności związane np. organizowaniem konsultacji społecznych, ale także kwalifikacjami niezbędnymi do założenia własnej firmy i samozatrudnienia oraz sprofilowania tego biznesu pod kątem potrzeb miasta. Taką wiedzę i umiejętności uzyskiwane są w ramach kursów z zakresu miejskiej polityki i władzy, kultury, ekonomii, gospodarki i przestrzeni z perspektywy socjologii, demografii, historii urbanistyki i architektury.

Specjalizacja uwzględnia fakt, że na rynku pracy potrzebni są dziś specjaliści, którzy nie tylko rozumieją procesy miejskie z perspektywy własnej dyscypliny, ale którzy – mając świadomość powiązań rozmaitych uwarunkowań kulturowo-społecznych, przestrzennych, prawnych, ekonomicznych i technologicznych – potrafią efektywnie współpracować w zespołach z architektami, urzędnikami, przedstawicielami organizacji społecznych, inwestorami. W specjalizacji ma to wyraz w interdyscyplinarności programu (kursy prowadzone przez specjalistów m.in. z zakresu gospodarki miejskiej, systemów informacji przestrzennej, architektury, historii urbanistyki, technologii informatycznych) oraz intensywności zajęć praktyczno-warsztatowych z udziałem instytucji i organizacji zewnętrznych.

Specjalizacja przygotowuje do podjęcia pracy w:

- instytucjach, firmach i organizacjach zorientowanych na innowacje społeczne w zakresie rozwiązań dotyczących np. transportu, środowiska, mieszkalnictwa, zarządzania w warunkach miejskich i wielkomiejskich,
- firmach i organizacjach badawczych, doradczo-konsultacyjnych typu THINK TANK
- firmach specjalizujących się w tzw. badaniach miejskich,
- firmach zajmujących się marketingiem terytorialnym (w tym promocją miast) i marketingiem miejsc,
- jednostkach administracji publicznej, przede wszystkim na poziomie regionalnym i gminnym,
- organizacjach pozarządowych zorientowanych na działania na poziomie lokalnym (np. rozwiązywanie problemów w mieście, aktywizacja i partycypacja społeczna)
- na stanowiskach związanych z organizowaniem konsultacji i partycypacji na poziomie lokalnym (np. budżet obywatelski, programy rewitalizacji) itp.
- mediach lokalnych i zajmujących się tematyką miejską
- instytucjach publicznych i prywatnych (np. pracownie urbanistyczne i architektoniczne) wykorzystujące model partycypacyjnego projektowania przestrzeni miejskiej, w tym obiektów użyteczności publicznej.
- własnej firmie, np. typu start-up.

Ramowy program specjalizacji

Program specjalizacji ma charakter interdyscyplinarny, z centralnym znaczeniem perspektywy socjologicznej oraz uzupełniającą rolę innych dyscyplin – ekonomii, historii urbanistyki i architektury, geografii - które dają teoretyczne i metodologiczne podstawy do rozumienia i badania procesów i zjawisk miejskich oraz do planowania zmian w mieście.

Podczas I roku studiów studentki i studenci zdobywają wiedzę z wyżej wymienionych dziedzin oraz uczestniczą w zajęciach praktycznych, pozwalających doskonalić metodykę pracy w zakresie diagnozowania różnych obszarów problemowych w mieście oraz zdobywać umiejętności współpracy w zespołach interdyscyplinarnych.

Na II roku studiów oferujemy kursy szczegółowe, których celem jest, po pierwsze, pogłębienie wiedzy i umiejętności zdobytych w trakcie I roku, a po drugie: zapoznanie studentek i studentów z możliwościami wykorzystywania tej wiedzy na rynku pracy.

I SEMESTR

	KURS (NAZWA ROBOCZA)	PROWADZĄCY/A	RODZAJ ZAJĘĆ	FORMA ZALICZENIA	LICZBA GODZIN	ECTS
MODUŁ WPROWADZAJĄCY	Abecadło socjologii	dr Anna Szwed	K	Egzamin	30	3
	Socjologia miasta: dylematy i debaty	dr hab. Marta Smagacz-Poziemska, prof. UJ dr Borys Cymbrowski	K	Egzamin	15	3
	Warsztat pracy zespołowej	dr hab. Marcjanna Nózka, prof. UJ	warsztat	Zaliczenie	15	2
	Miasto i jego instytucje	dr hab. Andrzej Bukowski, prof. UJ	W	Egzamin	15	2
	Społeczności miejskie	dr Marta Klekotko	W/K	Egzamin	30	4
	Analiza danych o mieście	dr Ewa Krzaklewska	warsztat	Zaliczenie	15	2
				Razem	120	16

II SEMESTR

	KURS (NAZWA ROBOCZA)	PROWADZĄCY/A	RODZAJ ZAJĘĆ	FORMA ZALICZENIA	LICZBA GODZIN	ECTS
SPOŁECZNA DYNAMIKA MIASTA	Miejskie style i sposoby życia z perspektywy społeczno-demograficznej	dr Justyna Struzik	K	Egzamin	30	4
	Socjologia przestrzeni i architektury	dr hab. Marcjanna Nózka, prof. UJ dr hab. Marta Smagacz-Poziemska, prof. UJ	W/K	Egzamin	15	2
	Badania miejskie	dr Wit Hubert	K	Egzamin	30	3
	Cities in global perspective	dr Marta Klekotko	K	Egzamin	30	4
	Antropologia miasta i terenów podmiejskich	dr hab. Grażyna Kubica-Heller, prof. UJ	K	Egzamin	30	3
	Razem				135	16

III SEMESTR

	KURS (NAZWA ROBOCZA)	PROWADZĄCY/A	RODZAJ ZAJĘĆ	FORMA ZALICZENIA	LICZBA GODZIN	ECTS
ŚCIEŻKI MIEJSKIEGO ROZWOJU	Współczesne koncepcje rozwoju miasta i polityki miejskie	dr hab. Marta Smagacz-Poziemska, prof. UJ	W/ćw	Egzamin	30	3
	Miejskie konflikty	dr Paulina Sekuła	W	Zaliczenie	15	2
	Prawo do miasta	dr hab. Beata Kowalska, prof. UJ	w	Egzamin	15	2
	Międzybranżowe warsztaty projektowania przestrzeni (I)	dr hab. Marcjanna Nózka, prof. UJ dr hab. Marta Smagacz-Poziemska, prof. UJ	warsztat	zaliczenie na ocenę	30	3
	Razem				90	10

IV SEMESTR

	KURS (NAZWA ROBOCZA)	PROWADZĄCY	RODZAJ ZAJĘĆ	FORMA ZALICZENIA	LICZBA GODZIN	ECTS
IV SEM.	Ewaluacja polityk miejskich	mgr Michał Chrzanowski	K + warsztat	Zaliczenie	15	2
	kurs z oferty do wyboru (poniżej lista)	dr hab. Marcjanna Nózka, prof. UJ; dr hab. Marta Smagacz-Poziemska, prof. UJ	K/warsztat	Zaliczenie na ocenę	15	2
	Warsztaty przedsiębiorczości	dr hab. Magdalena Ślusarczyk, prof. UJ	warsztat	Zaliczenie	15	2
	Systemy Informacji Geograficznej w badaniach nad miastem i w polityce miejskiej	dr hab. Marta Smagacz-Poziemska, prof. UJ; dr Piotr Trzepacz	lab.	Zaliczenie	15	2
	Międzybranżowe warsztaty projektowania przestrzeni (II)	dr hab. Marcjanna Nózka, prof. UJ; dr hab. Marta Smagacz-Poziemska, prof. UJ	warsztat	Zaliczenie na ocenę	30	3
				Razem	90	11

KURSY MIEJSKIE DO WYBORU

KURS (NAZWA ROBOCZA)	PROWADZĄCY/A	RODZAJ ZAJĘĆ	FORMA ZALICZENIA	LICZBA GODZIN	ECTS
Wykluczenie społeczne	dr hab. Marcjanna Nózka, prof. UJ	K	Zaliczenie na ocenę	15	2
Miejskie inwazje i kolonizacje	dr hab. Marta Smagacz-Poziemska, prof. UJ	K	Zaliczenie na ocenę	15	2
Arts, Culture and Urban Development	dr Marta Klekotko	K	Egzamin	30	5
			Razem	60	9

Efekty kształcenia dla specjalizacji

Absolwent(ka) ścieżki specjalizacyjnej:

- posiada interdyscyplinarną wiedzę z zakresu zjawisk, procesów i problemów współczesnych miast, rozumie rolę miast w różnych kontekstach społeczno-politycznych. Rozumie złożoność, relacyjność i dynamikę społecznych, demograficznych, kulturowych, ekonomicznych, administracyjnych, politycznych i środowiskowych aspektów życia miejskiego
- zna paradygmaty, teorie i pojęcia dotyczące definiowania miasta i miejskości, procesów urbanizacyjnych, metropolii i metropolizacji, przestrzeni miejskiej i jej funkcji oraz rozmaitych aktorów współtworzących rzeczywistość miejską, w tym społeczności lokalnych, instytucji publicznych i niepublicznych oraz mediów.
- potrafi opisać rolę miast w zakresie generowania i rozwiązywania problemów ekologicznych w skali lokalnej i globalnej. Zna i rozumie teoretyczne i ideologiczne konteksty modeli rozwoju miasta (m.in. sustainable development, Soziale Stadt, smart city, eco city)
- potrafi wykorzystywać rozmaite źródła danych empirycznych o społeczności miasta i obszarów zurbanizowanych, a na ich podstawie opisywać, analizować i interpretować zjawiska i procesy występujące w konkretnych miastach (jak degradacja przestrzeni, rewitalizacja, suburbanizacja, *urban sprawl*, władza na poziomie lokalnym, gentryfikacja, konflikty miejskie i ruchy miejskie), uwzględniając globalny i lokalny kontekst tych procesów
- potrafi opisywać wzory, w jakie układają się analizowane przypadki procesów miejskich, potrafi wskazywać specyficzne i lokalne cechy oraz czynniki tych procesów
- potrafi opisać i analizować kulturę miejską, wskazując jej warianty i obszary powstawania (np. street art, instytucje kultury, kultura dzielnic i osiedli, kultura przedmieść, klasa kreatywna). Potrafi opisać mechanizmy tworzenia i konsumowania kultury w mieście, wskazując rolę lokalnych i ponadlokalnych aktorów, w tym mediów oraz innych instytucji (np. instytucji edukacyjnych, instytucji z sektora usług, galerii handlowych)
- zna mechanizmy i modele polityki miejskiej oraz instytucje tworzące i realizujące te polityki
- wykorzystując rozmaite metody badawcze i rodzaje danych empirycznych, a na podstawie ich analizy potrafi wskazać potrzeby społeczne niezaspakajane w ramach obowiązujących polityk lokalnych oraz zaproponować przykładowe rozwiązania w tym zakresie
- zna koncepcje rewitalizacji przestrzeni, potrafi wskazać podstawowe modele i praktyki rewitalizacyjne wykorzystywane w miastach europejskich i amerykańskich (w tym Ameryki Południowej). Rozumie złożoność i interdyscyplinarność procesu projektowania i realizowania procesu rewitalizacji
- posiada rozszerzoną wiedzę dotyczącą funkcjonowania gminy jako jednostki samorządu lokalnego oraz lokalnych instytucji sfery publicznej, w kontekście struktur regionalnych i ponadregionalnych

- rozumie rolę wiedzy socjologicznej w procesach związanych z zarządzaniem miastem i obszarami metropolitarnymi, planowaniem i gospodarką przestrzenną, realizacją interesów i wartości poszczególnych grup społecznych, poddaje ją refleksji i krytycznej ocenie. Potrafi identyfikować i interpretować relacje pomiędzy różnymi aktorami (np. samorządem lokalnym, przedstawicielami miejskich społeczności lokalnych, podmiotami z sektora biznesu, instytucjami religijnymi), mającymi wpływ na procesy decyzyjne w mieście
- posiada wiedzę socjologiczną na temat zasad i przejawów funkcjonowania społeczeństwa obywatelskiego, potrafi wskazać empiryczne desygnaty społeczeństwa obywatelskiego na poziomie lokalnym oraz możliwości i bariery dla jego rozwoju. Wie, jaką rolę, znaczenie i miejsce w sferze publicznej na poziomie lokalnym posiadają instytucje trzeciego sektora. Zna ich kontekst prawny i społeczny, potrafi zaproponować działania aktywizujące samorządność i współzrządzenie w różnych rodzajach społeczności
- zdaje sobie sprawę ze znaczenia obywatelstwa i uczestnictwa we władzy w społecznościach lokalnych, ma świadomość znaczenia planowania przestrzennego i zarządzania przestrzenią w jednostkach terytorialnych na poziomie gminy i regionu
- potrafi tworzyć i przekazywać komunikaty zawierające wyniki socjologicznych badań, analiz i interpretacji zjawisk i procesów miejskich, skierowane do różnych odbiorców
- ma doświadczenie w pracy w interdyscyplinarnych i międzysektorowych zespołach projektujących i wdrażających rozwiązania na rzecz poprawy jakości życia w mieście