

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Methods of Social Analysis A , PG_00150879						
Kierunek studiów	Tourism and Hospitality (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2025/2026		
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć z obszarów nauk humanistycznych lub nauk społecznych		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	1		Język wykładowy		angielski		
Semestr studiów	1		Liczba punktów ECTS		6.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Nauk Społecznych -> Instytut Geografii Społ-Ekon i Gospodarki Przestrzennej -> Zakład Geografii Społeczno-Ekonomicznej						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr hab. Maja Grabkowska				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	30.0	15.0	0.0	0.0	75
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	75		30.0		75.0	180
Cel przedmiotu	The goal of the subject is to familiarize students with qualitative and quantitative methods of conducting social research, used and useful in the field of tourism, tourism market research and preparation of tourist offers.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[THMU2_U03] dobierać i stosować właściwe metody (w tym statystyczne) i narzędzia badawcze ze szczególnym uwzględnieniem oprogramowania GIS i narzędzi badań społecznych	applies statistical and other social research methods in solving tasks and problems related to tourism	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[THMU2_W04] w pogłębionym stopniu metody i narzędzia (ilościowe, jakościowe, kartograficzne) badań wykorzystywane w geografii społeczno-ekonomicznej i gospodarki przestrzennej	distinguishes qualitative research methods used in research on tourism	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[THMU2_U02] właściwie dobierać źródła i informacje z nich pochodzące, ze szczególnym uwzględnieniem źródeł informacji przestrzennej, ekonomicznej i społecznej, dokonywać ich krytycznej oceny i twórczej interpretacji w celu rozwiązywania problemów współczesnej turystyki	selects appropriate sources of information and interprets the socio-economic information derived from them	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[THMU2_K01] krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści	is able to critically assess the knowledge and received content	[SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[THMU2_W05] W pogłębionym stopniu trendy rozwojowe w dziedzinie turystyki oparte na zjawiskach społecznych, ekonomicznych i środowiskowych	recognizes the social determinants of development trends in tourism in connection with economic and environmental aspects	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
Treści przedmiotu	A. Lectures A1. Introduction to the methodology of social research A2. Structure of the research process A3. Qualitative methods of social research A4. Quantitative methods of social research B. Classes / seminars/ laboratory classes B1. Preparation for conducting research using qualitative and quantitative methods on a selected topic in the field of tourism B2. Carrying out the research, analysis and interpretation of the results B3. Presentation of the research results in written and oral form in class		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	test	51.0%	50.0%
	team project	51.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Babbie E. 2008. The Basics of Social Research. Fourth Edition (or later). Thomson Wadsworth, Belmont USA. Crang M., Cook I., 2007. Doing Ethnographies. London: Sage. Silverman D., 2005. Doing qualitative research: a practical handbook. Sage Publications, London	

	Uzupełniająca lista lektur	Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (1994). Handbook of qualitative research. Sage Publications, Inc. Grabkowska M., 2018. Urban space as a commons in print media discourse in Poland after 1989, Cities, 71, 22-29. Silverman, D., Interpreting Qualitative Data. 2011. Sage Publications
	Adresy eZasobów	Adresy na platformie eNauczanie:
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.