

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2024/2025
FORMA STUDIÓW: STACJONARNA

INFORMACJE OGÓLNE

1. Przedmiot Socjologia Internetu

2. Wydział Nauk Technicznych

3. Kierunek studiów Budownictwo

4. Poziom kształcenia studia pierwszego stopnia

5. Liczba punktów ECTS 2

6. Liczba godzin w semestrze

semestr	w	ćw	lab/lek	prj/zp	pws	prk
1		30				

7. Język wykładowy polski

8. Wykładowca dr Sandra Tur, s.tur@dyd.akademiabialska.pl

INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE

9. Wymagania wstępne

1. Brak

10. Cele przedmiotu

C1 Przedstawienie studentom istoty i przedmiotu badań socjologii Internetu.

C2 Określenie wpływu Internetu na przemiany wybranych zagadnień życia społecznego.

C3 Zapoznanie studentów ze społecznymi uwarunkowaniami korzystania z internetu.

11. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych

Student, który zaliczył przedmiot:

odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się

UMIEJĘTNOŚCI

EU01 potrafi przedstawić, jakie są społeczne uwarunkowania korzystania z Internetu;

K_U17

KOMPETENCJE SPOŁECZNE

EU02 zauważa konieczność i wyrabia w sobie umiejętność korzystania z zasobów internetu w sposób etyczny i zgodny z przyjętymi zasadami;

K_K06

12. Treści programowe

Forma zajęć –ćwiczenia

1. Internet jako narzędzie kształtowania relacji społecznych.
2. Telefon komórkowy i jego społeczne aspekty.
3. Charakterystyka zjawisk społecznych zachodzących w Internecie.
4. Źródła danych społecznych dostępnych w Internecie.
5. Komunikacja w Internecie.
6. Internet i jego oddziaływanie w życiu codziennym.
7. Internet a polityka.
8. Internet a nowy styl pracy.
9. Internet a uczestnictwo w kulturze.

10. Internet a kultura popularna.	
11. Aspekty etyczne w Internecie.	
13. Narzędzia/metody dydaktyczne	
1. praca samodzielna/w grupie	
2. dyskusja	
3. konsultacje	
14. Sposoby oceny (częstkowe, końcowe)	
1. obecność i aktywność	
2. ocena wystąpienia studenta	
15. Obciążenie pracą studenta	
Forma aktywności	liczba godzin
1. Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela oraz konsultacje	35
2. Nakład pracy studenta	15
suma	50
liczba punktów ECTS	2
16. Literatura	
Literatura podstawowa:	
1. A. Roguski, Zrozumieć social media, Helion SA, Gliwice 2020.	
2. A. Dejnaka, Proces podejmowania decyzji zakupowych przez e-konsumentów w kontekście mediów społecznościowych, CeDeWu, Warszawa 2023.	
Literatura uzupełniająca:	
1. E. Ormsby, Darknet, Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, Kraków 2019.	
2. R. Pispers, J. Rode, B. Fischer, Neuromarketing w Internecie: pozytywne doświadczenia klientów w świecie cyfrowym, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2021.	
17. Formy oceny – szczegóły	
Na ocenę końcową będzie składała się obecność i aktywność podczas zajęć, przygotowanie i zrealizowanie części jednostki tematycznej w ustalonym z wyprzedzeniem dniu oraz samodzielnie wykonana przez studenta praca zaliczeniowa na wybrany temat:	
1. Wykluczenie cyfrowe.	
2. Wykorzystanie Internetu w życiu społecznym.	
3. Internet jako nowe dobro wspólne.	
Metody weryfikacji efektów uczenia się w powiązaniu z kategoriami wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych:	
1. Umiejętności: przygotowanie i zrealizowanie wybranego tematu, samodzielna praca pisemna	
2. Kompetencje społeczne: dyskusja na forum grupy	
18. Inne przydatne informacje o przedmiocie	
1. Bezpośrednich informacji o problematyce zajęć i treściach programowych udziela Prowadzący w trakcie zajęć i podczas konsultacji.	
2. Zajęcia odbywać się będą w Akademii Bialskiej im. Jana Pawła II w Białej Podlaskiej.	
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć.	
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem.	