

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2024/2025

FORMA STUDIÓW: NIESTACJONARNA

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		18				

7. Język wykładowy polski

8. Wykładowca mgr Izabela Jaroszevska, i.jaroszevska@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

- Internet jako narzędzie kształtowania relacji społecznych.
- Telefon komórkowy i jego społeczne aspekty.
- Charakterystyka zjawisk społecznych zachodzących w Internecie.
- Źródła danych społecznych dostępnych w Internecie.
- Komunikacja w Internecie.
- Internet i jego oddziaływanie w życiu codziennym.
- Internet a polityka.
- Internet a nowy styl pracy.
- Internet a uczestnictwo w kulturze.
- 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	21
2. Nakład pracy studenta	29
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	
<p>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:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wykluczenie cyfrowe. 2. Wykorzystanie Internetu w życiu społecznym. 3. Internet jako nowe dobro wspólne. <p>Metody weryfikacji efektów uczenia się w powiązaniu z kategoriami wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 Białskiej 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.	