

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Methods of Social Analysis A , PG_00208604						
Kierunek studiów	Tourism and Hospitality (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2026/2027		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
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 Społeczno-Ekonomicznej 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		7.0		68.0	150
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_W04] Zna w pogłębionym stopniu metody i narzędzia (ilościowe, jakościowe, kartograficzne) badań wykorzystywane w geografii społeczno-ekonomicznej, gospodarce przestrzennej i turystyce	Zna i rozumie w pogłębionym stopniu metody i narzędzia badawcze (ilościowe, jakościowe oraz kartograficzne) stosowane w analizie zjawisk społecznych i przestrzennych w turystyce.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[THMU2_W05] Zna w pogłębionym stopniu trendy rozwojowe w dziedzinie turystyki oparte na zjawiskach społecznych, ekonomicznych i środowiskowych	Zna i rozumie w pogłębionym stopniu metody analizy zjawisk społecznych wykorzystywane w badaniach nad turystyką, w tym ich zastosowanie do identyfikacji trendów rozwojowych w turystyce.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[THMU2_U02] Potrafi 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	Potrafi dobierać, analizować i interpretować informacje pochodzące z różnych źródeł (w tym danych przestrzennych, ekonomicznych i społecznych) w celu diagnozowania problemów współczesnej turystyki, a także potrafi dokonywać krytycznej oceny wiarygodności i użyteczności danych oraz formułować na ich podstawie wnioski i rekomendacje.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[THMU2_U03] Potrafi dobierać i stosować właściwe metody (w tym statystyczne) i narzędzia badawcze ze szczególnym uwzględnieniem oprogramowania GIS i narzędzi badań społecznych	Potrafi dobierać i stosować odpowiednie metody badawcze, w tym metody statystyczne oraz narzędzia analizy danych społecznych i przestrzennych, adekwatnie do postawionego problemu badawczego oraz potrafi wykorzystywać oprogramowanie GIS oraz wybrane narzędzia badań społecznych do analizy i wizualizacji danych związanych z turystyką.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[THMU2_K01] Jest gotowa do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści	Jest gotów/gotowa do krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz odbieranych treści, w tym wyników analiz i badań dotyczących turystyki, a także do refleksji nad własnymi kompetencjami oraz ich ciągłego doskonalenia w kontekście analizy zjawisk społecznych.	[SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny
Treści przedmiotu	<p>A. Lectures</p> <p>A1. Introduction to the methodology of social research</p> <p>A2. Structure of the research process</p> <p>A3. Qualitative methods of social research</p> <p>A4. Quantitative methods of social research</p> <p>B. Classes / seminars/ laboratory classes</p> <p>B1. Preparation for conducting research using qualitative and quantitative methods on a selected topic in the field of tourism</p> <p>B2. Carrying out the research, analysis and interpretation of the results</p> <p>B3. Presentation of the research results in written and oral form in class</p>		
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	<p>Babbie E. 2008. The Basics of Social Research. Fourth Edition (or later). Thomson Wadsworth, Belmont USA.</p> <p>Crang M., Cook I., 2007. Doing Ethnographies. London: Sage.</p> <p>Silverman D., 2005. Doing qualitative research: a practical handbook. Sage Publications, London</p>	
	Uzupełniająca lista lektur	<p>Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (1994). Handbook of qualitative research. Sage Publications, Inc.</p> <p>Grabkowska M., 2018. Urban space as a commons in print media discourse in Poland after 1989, Cities, 71, 22-29.</p> <p>Silverman, D., Interpreting Qualitative Data. 2011. Sage Publications</p>	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania			
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.