Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Socjologia konsumpcji (Wykład), PG_00176662		
Kierunek studiów	Socjologia (O)		
Data rozpoczęcia studiów	październik 2027 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2028/2029
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni
Rok studiów	2	Język wykładowy	polski
Semestr studiów	4	Liczba punktów ECTS	1.0
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	zaliczenie
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Nauk Społecznych -> Instytut Socjologii -> Zakład Socjologii Życia Codziennego		
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Elżbieta Kolasińska	
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		

Formy zajęć							
	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	0.0	0.0	0.0	0.0	15
	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	15	0.0	10.0	25

Cel przedmiotu	Zaznajomienie studentów z najważniejszymi procesami społecznymi i kulturowymi, które doprowadziły do powstania epoki społeczeństwa konsumpcyjnego. Przedstawienie najistotniejszych wyróżników kultury/ społeczeństwa konsumpcyjnego. Omówienie procesów supermarketyzacji i komercjalizacji różnych sfer życia ludzkiego.

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[SOCL3_W01] Ma zaawansowaną wiedzę o charakterze nauk społecznych, ich miejscu w systemie nauk i relacjach do innych nauk i wiedzy potocznej, potrafi określić specyfikę socjologii jako nauki w odniesieniu do jej historii, funkcji, przedmiotu i zadań, potrafi wyróżnić obszary tematyczne socjologii wspólne z innymi dyscyplinami nauk społecznych i zna różne podejścia teoretyczno-metodologiczne w socjologii	Ma zaawansowaną wiedzę o konsumpcji. Zna podejścia teoretyczne i metodologiczne w odniesieniu do socjologii konsumpcji.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[SOCL3_W02] Ma zaawansowaną wiedzę o różnych rodzajach struktur społecznych i instytucji takich jak państwo, naród, klasy i warstwy społeczne, grupa etniczna, społeczność lokalna, grupa społeczna, rodzina, partia polityczna, przedsiębiorstwo, zna różnice w zasadach funkcjonowania organizacji społecznych, publicznych i komercyjnych.	Ma zawansowaną wiedzę o pozytywnej i negatywnej roli konsumpcji.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[SOCL3_W03] Zna i rozumie w zaawansowany sposób relacje między strukturami i instytucjami społecznymi mikro i makro, w skali krajowej i międzynarodowej w dziedzinie życia prywatnego, pracy, polityki, społeczeństwa obywatelskiego i in.	Zna i rozumie relacje między strukturami, instytucjami w obszarze konsumpcji w skali krajowej i międzynarodowej	[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[SOCL3_U05] Potrafi stosować normy i reguły prawne, zawodowe i etyczne przy rozwiązywaniu konkretnego zadania z dziedziny socjologii.	Potrafi stosować normy prawne, zawodowe, etyczne przy rozwiązywaniu zadania z socjologii konsumpcji	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[SOCL3_U12] Jest gotów do uczenia się przez całe życie.	Jest gotów uzupełniać wiedzę z konsumpcji, w ciągu życia	[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport

Treści przedmiotu
- Problematyka wykładu i konwersatorium -Klasyczna socjologia a zagadnienie konsumpcji -Geneza i rozwój społeczeństwa konsumpcyjnego -Różnice między kapitalizmem ery przemysłowej i konsumpcyjnej -Centra handlowe jako sfera publiczna -Tożsamość człowieka w dobie konsumeryzmu -Proces socjalizacji w środowisku wytworów kultury konsumpcyjnej -Różnice płciowe w zachowaniach konsumpcyjnych - Prawa konsumenta -Społeczeństwo konsumpcyjne według Zygmunta Baumana -"Wielozmysłowa kultura eventu" według Tomasza Szlendaka

Wymagania wstępne i dodatkowe	Efektywny wybór specjalności Antropologia i socjologia kultury. Aby zaliczyć wykład, student musi najpierw zaliczyć zajęcia.	
Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się		

Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
Projekt badawczy	51.0%	100.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Bauman, Zygmunt. 2009. Konsumowanie życia. Kraków: UJ, rozdział 2 Społeczeństwo konsumentów Kossakowski, Radosław. 2011. Uprzedmiotowione i obrandowane dzieci w kulturze towarów. Teraźniejszość Człowiek Edukacja nr 1. Ritzer, George. Magiczny świat konsumpcji. Warszawa: MUZA 2009, rozdział 3 - Teoria socjologiczna a nowe środki konsumpcji Schor J. 1999. The overspent American. New York: Basic Books. Szlendak T. 2008. Supermarketyzacja. Wrocław: UWr. Szlendak T. 2010. Wielozmysłowa kultura iwentu. "Kultura Współczesna" nr 4.
	Uzupełniająca lista lektur	Aldridge, A. 2006. Konsumpcja. Warszawa; Sic!, rozdział 4 - Życie w społeczeństwie konsumpcyjnym. Baudrillard J. 2005. Społeczeństwo konsumpcyjne. Warszawa: Sic! Giddens A. 2001. Nowoczesność i tożsamość. Ja i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności. Warszawa: PWN. Pietrowicz K., Szlendak T. (red.). 2007. Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji. Wrocław: UWr.
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Konsumpcja wg. Zygmunta Baumana Ostentacyjna konsumpcja Konsumpcjonizm	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.