

Badania społeczne w IT - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Badania społeczne w IT
Kod przedmiotu	14.2--SocD-BSIT-S22
Wydział	Wydział Nauk Społecznych
Kierunek	Projektowanie społeczne
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2022/2023

Informacje o przedmiocie	
Semestr	3
Liczba punktów ECTS do zdobycia	3
Typ przedmiotu	obieralny
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	• dr hab. Dorota Szaban, prof. UZ • dr Justyna Nyćkowiak • dr Tomasz Kołodziej

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Laboratorium	30	2	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z możliwościami zastosowania badań społecznych w rzeczywistości związanej z technologiami informacyjnymi i cyfrowymi usługami. Student poznaje założenia informatyki społecznej i możliwości przeniesienia społecznego doświadczenia do procesów projektowania produktów i usług informatycznych.

Wymagania wstępne

Zakres tematyczny

1. Wprowadzenie do informatyki społecznej
2. Badacz społeczny w świecie BIG DATA
3. Metody i techniki badań społecznych w IT:
 - studium przypadku
 - analiza danych rejestrowanych
 - badania sondażowe
 - badania obserwacyjne
 - eksperymenty
4. Badania użyteczności
5. Metody analizy danych ze świata IT
6. Problemy metodologiczne badań społecznych w obszarze technologii cyfrowych

Metody kształcenia

Praca z tekstem, praca z komputerem, dyskusja, prezentacje, referaty

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student zna i potrafi wskazać zastosowania różnorodnych stanowisk metodologicznych związanych z badaniami w obszarze IT oraz ma świadomość konsekwencji tych wyborów	• K_W07	• projekt	• Laboratorium
Student posiada pogłębioną wiedzę na temat zasad i norm etycznych obowiązujących przy projektowaniu badań związanych z obszarem IT	• K_W08	• projekt	• Laboratorium

Opis efektu	Symbol e efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student potrafi stawiać hipotezy badawcze i je weryfikować, planując i realizując badanie społeczne z wykorzystaniem nowoczesnych technologii informacyjnych	• K_U03	• projekt	• Laboratorium
Student potrafi systematycznie doksztalać się w zakresie metod i technik prowadzenia badań i analiz w obszarze IT	• K_U10	• projekt	• Laboratorium
Student potrafi w sposób zaawansowany posługiwać się komputerem i nowoczesnymi technikami komunikacyjnymi jako narzędziami wspomagającymi badania społeczne	• K_U11	• projekt	• Laboratorium
Student jest gotów do współdziałania i pracy w grupie, przyjmowania w niej różnych ról w zależności od specyfiki realizowanych badań społecznych	• K_K02	• projekt	• Laboratorium

Warunki zaliczenia

FORMA ZALICZENIA ĆWICZEŃ	Zaliczenie na ocenę
Zasady uzyskania oceny z ćwiczeń	Przygotowanie projektu badawczego w oparciu o wybrane metody i techniki badań z obszaru IT

Ocena końcowa

Zasady uzyskania oceny końcowej	Ocena z ćwiczeń jest oceną końcową
---------------------------------	------------------------------------

Literatura podstawowa

- Bajdak A., Karcz K., Specyfika badań marketingowych w internecie, [w:] K. Karcz, A. Bajdak (red.), Badania marketingowe w Internecie, Wydawnictwo Uczelniane Akademii Ekonomicznej im. Karola Adamieckiego, Katowice 2005.
- Balabanis G., Mitchell V.M., Heinonen-Mavrovouniotis S., SMS-based surveys. Strategies to improve participation, International Journal of Advertising, 2007.
- Batorski D., Marody M., Nowak A. (red.), Społeczna przestrzeń internetu, Wydawnictwo SWPS Academica, Warszawa 2006.
- Batorski D., Olcoń-Kubicka M., Prowadzenie badań przez Internet – podstawowe zagadnienia metodologiczne, Studia Socjologiczne, 3(182), 2006.
- Berleur J., Nurminen M. I., Impagliazzo J. (red.), Social Informatics: An Information Society for All?, Springer 2006.
- Fichman P., Rosenbaum H. (red.), Social Informatics: Past, Present, and Future, Cambridge 2014.
- Furmanek W., Wpływ informatyki na różne dziedziny życia. W: A. Piecuch, W. Furmanek (red.), Dydaktyka informatyki. Problemy i wyzwania społeczeństwa informacyjnego, Rzeszów: Wyd. UR, 2011.
- Grudin, J., Three Faces of Human – Computer Interaction. IEEE Annals of the History of Computing Archive, 27 (4), 2005, DOI: A68E0687-6A30-4C46-9DF7-7E0A4AE9FE20.
- Kwiatkowska J., Metody i techniki ewaluacji interakcji człowiek–komputer, a tradycyjny podział badań: jakościowe vs ilościowe, [w:] R. Knosala (red.), Innowacje w zarządzaniu i inżynierii produkcji, Wyd. PTZP, Opole 2012.
- Nikodemka-Wołowik A.M., Klucz do zrozumienia nabywcy – Jakościowe badania marketingowe. Wydawnictwo Grupa Verde, Warszawa 2008.
- Szpunar M., Humanistyka cyfrowa a socjologia cyfrowa. Nowy paradygmat badań naukowych. Zarządzanie w Kulturze, 4/2016.
- Szpunar M., Internet w procesie realizacji badań, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2010.

Literatura uzupełniająca

- Cheng C.C., Krumwiede D., Sheu C., Online audio group discussions. A comparison with face-to-face methods. International Journal of Market Research, 2009.
- Cooke M., The new world of Web 2.0 research, International Journal of Market Research, 2008.
- Dillman D., Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method, John Wiley, New York 2000.
- Hair N., Clark M., The etical dilemmas and challenges of ethnographic research in electronic communities, International Journal of Market Research, 6/2007.

Uwagi

Zajęcia w części realizowane jako laboratorium komputerowe i w terenie.

Zmodyfikowane przez dr Tomasz Kołodziej (ostatnia modyfikacja: 27-01-2022 10:59)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ