

## Zajęcia fakultatywne: kierunek **SOCJOLOGIA** / V semestr / ćwiczenia

1	Nazwa zajęć po polsku i angielsku	E-badania i analiza danych E-research and Data Analysis
2	Imię i nazwisko wykładowcy, tytuł/stopień naukowy	Błażej Dyczewski Adiunkt/doktor
3	Język wykładowy	<b>Polski</b>
4	Strona WWW	
5	Semestr	<b>zimowy</b>
6	Godzinowe ekwiwalenty punktów ECTS	<p>Godziny kontaktowe (z udziałem nauczyciela akademickiego)  <b>Ćwiczenia</b> 30h, 2 ECTS                  Konsultacje i zaliczenie 2h                  łączna liczba godzin z udziałem nauczyciela akademickiego 32h                  Liczba punktów ECTS z udziałem nauczyciela akademickiego 1</p> <p>Godziny niekontaktowe (praca własna studenta)                  Studiowanie literatury 10 h                  Przygotowanie się do zaliczenia 18h                  łączna liczba godzin niekontaktowych 28h                  Liczba punktów ECTS za godziny niekontaktowe 1</p> <p>Sumaryczna liczba punktów ECTS 2</p>
7	Wymagania wstępne	Brak wymagań wstępnych
8	Opis zajęć	W trakcie kursu skupimy się na praktycznym zastosowaniu elektronicznych narzędzi badawczych i technik analizy danych. Studenci i studentki zdobędą umiejętności w zakresie projektowania i przeprowadzania badań online, zbierania danych przy użyciu platform internetowych, analizy danych przy użyciu oprogramowania statystycznego i interpretacji wyników badań społecznych przeprowadzanych w środowisku cyfrowym. Ćwiczenia umożliwią studentom i studentkom poznanie i praktyczne wykorzystanie różnych funkcji platformy webankieta.pl w projektowaniu badań socjologicznych online oraz analizie zebranych danych.
9	Zakres tematów	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wprowadzenie do badań online: Omówienie znaczenia badań klientów w kontekście marketingu i prezentacja przykładów takich badań, takich jak badanie potrzeb klientów, Net Promoter Score (NPS), Customer Effort Score (CES) i Customer Satisfaction (CSAT).</li> <li>2. Analiza zalet i wad ankiety internetowej jako narzędzia badawczego.</li> <li>3. Badania w internecie a badania przez internet. Dobór próby badawczej, analiza braków danych w badaniach online.</li> <li>4. Problemy zapewniania jakości w badaniach online. Identyfikacja i omówienie problemów związanych z zapewnianiem jakości w badaniach online oraz omówienie strategii radzenia sobie z tymi wyzwaniami.</li> <li>5. Wykorzystanie internetu do badań ilościowych i jakościowych. Omówienie podstawowych różnic i technik zbierania danych.</li> <li>6. Rodzaje badań z wykorzystaniem internetu. Badania przekrojowe i dynamiczne (badania trendów, kohort demograficznych, badania panelowe)</li> <li>7. Projektowanie badania klientów: Praktyczne ćwiczenia polegające na projektowaniu ankiety online badającej potrzeby klientów, uwzględniającej odpowiednie pytania i skalowanie odpowiedzi.</li> <li>8. Projektowanie badania pracowników: Praktyczne ćwiczenia polegające na projektowaniu ankiety online badającej pracowników (komunikacja wewnętrzna, Ocena szkolenia, testy kompetencji, Exit Interview, Ocena 360 stopni, Satysfakcja pracowników, Onboarding, Candidate Experience).</li> <li>9. Projektowanie badania użytkowników (ocena stron www, badania użyteczności, feedback na temat produktu, badania dla e-commerce)</li> <li>10. Projektowanie pozostałych badań z wykorzystaniem Internetu (formularz zgłoszeniowy, ocena po wydarzeniu badania pacjentów).</li> <li>11. Współpraca i współdzielenie pracy w badaniach online.</li> <li>12. Analiza wyników i raportowanie w badaniach online.</li> </ol>
10	Literatura (z podziałem na obowiązkową i uzupełniającą)	<p>Literatura obowiązkowa:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Siuda Piotr red. Metody badań online. Wydawnictwo Naukowe Katedra.</li> </ol> <p>Literatura uzupełniająca:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Callegaro, Mario, Katja Lozar Manfreda, and Vasja Vehovar. Web Survey Methodology. Sage Publications Ltd, 2015.</li> </ol>

		<p>2. Dillman, Don, Jolene Smyth, and Leah Christian. Internet, Mail, and Mixed-mode Surveys. New York: Wiley, 2009.</p> <p>3. Groves, R.M., Fowler, F.J., Jr., Couper, M.P., Lepkowski, J.M., Singer, E., and</p> <p>4. Tourangeau, R., Survey Methodology. New York: John Wiley, 2004.</p> <p>5. Toepoel, Vera. Doing Surveys Online. Sage Publications Ltd, 2015.</p>
11	Efekty uczenia się z przyporządkowaniem do efektów uczenia się kierunkowych	<p>Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu wybrane fakty, obiekty i zjawiska z zakresu subdyscyplin socjologicznych oraz pozostałe szczegółowe zagadnienia społeczne (K_W02) P6U_W P6S_WG</p> <p>Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę socjologiczną w warunkach przewidywalnych i wymagających niestandardowych rozwiązań (K_U01) P6U_U P6S_UW</p> <p>Potrafi dyskutować na tematy społeczne i krytycznie oceniać stanowiska innych dyskutantów (K_U06) P6U_U P6S_UK</p>
12	Sposób weryfikacji efektów uczenia się (oddzielnie dla każdego efektu)	<p>K_W02: zaangażowanie podczas ćwiczeń, wykonywanie prac zleconych w trakcie zajęć.</p> <p>K_U01: zaangażowanie podczas ćwiczeń, wykonywanie prac zleconych w trakcie zajęć.</p> <p>K_U06: zaangażowanie podczas ćwiczeń, wykonywanie prac zleconych w trakcie zajęć.</p>
13	Metody dydaktyczne	Wprowadzenie do zajęć przez prowadzącego. Praca własna studenta lub studentki podczas zajęć nad konkretnym tematem lub zagadnieniem.
14	<p>1 Metody oceniania</p> <p>2 Kryteria oceniania</p>	<p>Student lub studentka pracuje podczas zajęć rozwiązując poszczególne problemy. Liczy się jakość rozwiązania. Danego problemu.</p> <p>1. Zajęcia są zaliczane na podstawie punktacji. Maksymalnie można otrzymać 30 pkt. Każdy student na jednych zajęciach może uzyskać od 0 do 2 pkt., z czego jeden pkt. za obecność a drugi za pracę podczas zajęć. Nieobecności usprawiedliwione będą uwzględniane.</p> <p>2. Kryteria oceniania:</p> <p>2.0 - od 0 do 15 pkt.,</p> <p>3.0 - od 16 do 18 pkt.,</p> <p>3.5 - od 19 do 21 pkt.</p> <p>4.0 - od 22 do 24 pkt.,</p> <p>4.5 - od 25 do 27 pkt.</p> <p>5.0 - od 28 do 30 pkt.</p>