

## **TEZY NA EGZAMIN MAGISTERSKI**

### **Specjalizacja: socjologia badania opinii publicznej, polityki i rynku**

#### **Komunikacja społeczna**

1. Modele procesu komunikowania: model transmisji, model ekspresji, model rozgłosu, model recepcji, model syntetyczny.
2. Antropologia, socjologia i psychologia komunikacji – różnice w analizie procesu komunikacji.
3. Propaganda jako model działania komunikacyjnego.
4. Język Internetu – cechy dystynktywne.

#### **Socjologia badania opinii publicznej**

1. Teoria opinii publicznej w ujęciu N. Chomsky'ego.
2. Znamiona reprezentatywności w badaniach sondażowych.
3. Techniki wpływu społecznego w ujęciu R. Cialdiniego.
4. Hipoteza „spirali milczenia” w ujęciu E. Noelle-Neumann
5. Sondaże w marketingu politycznym.

#### **Metody jakościowe w badaniach marketingowych**

1. Projektowanie badań marketingowych: etapy i strategie.
2. Wywiady pogłębione: swobodny, częściowo ustrukturalizowany oraz strukturalizowany.
3. Badanie satysfakcji i lojalności klientów.
4. Wykorzystanie materiałów wizualnych w badaniach społecznych.

#### **Socjologia badań nad młodzieżą**

1. Młodzież: praca i wchodzenie na rynek pracy w badaniach socjologicznych.
2. Młodzież: konsumpcja, czas wolny, nowe media – obszary manifestacji statusu.
3. Młodzi obywatele. Wyniki międzynarodowych badań młodzieży.
4. Socjologiczne pojęcie „pokolenia” w ujęciu K. Mannheim.
5. Dymensje religijności młodzieży w Polsce – wektory zmian.

#### **Socjologia ekonomiczna**

1. Typologia innowacji według klasyfikacji GUS – Nauka i technika.
2. Paradygmaty w naukach o gospodarce (G.S. Becker i „imperializm ekonomiczny”, TRW J. Coleman, A. Etzioni i Socjo-ekonomia, Nowa Socjologia Ekonomiczna).
3. Metodologie pomiaru innowacji RIS, EIS, CIS, IWI.
4. Zjawisko „aksamitnego getta” jako kategoria socjologii ekonomicznej. Dystynkcje
5. Mechanizm efektów odpryskowych innowacji oraz system innowacji zamkniętych. Wyjaśnij 6. Zarządzanie strategiczne - Macierze Boston Consulting Group, stakeholders, cykl życia produktu.
7. Marketing globalny – założenia teoretyczne i przykłady.
8. Bariery przedsiębiorczości kobiet w Polsce.

## **Ewaluacja i audyt**

1. Wykorzystanie techniki *propensity score matching* w badaniach ewaluacyjnych.
2. Podejście semiotyczne w ocenie interwencji publicznych.
3. Standardy ewaluacji Polskiego Towarzystwa Ewaluacyjnego.
4. *Bulletin Board Discussion* w ewaluacji. Wyjaśnij zalety i wady techniki w badaniach ewaluacyjnych.
5. Ewaluacja a audyt – różnice.
6. Kryteria ewaluacji.
7. Zastosowania techniki Mystery Shopper w ewaluacji organizacji publicznych i pozarządowych.
8. Techniki projekcyjne w badaniach ewaluacyjnych.

## **Bilans kapitału ludzkiego**

1. Ocenianie pracowników.
2. Motywacja i motywowanie.
3. Kapitał ludzki a kapitał społeczny.
4. Nowe wymiary pracy.

## **Badania społeczne w praktyce**

1. Kryteria związku przyczynowego w badaniach społecznych (np. według P. Lazarsfelda i J. Maxwella).
2. Analiza zawartości w badaniu oddziaływania mediów na odbiorców.
3. Definicje komunikowania, funkcje w życiu społecznym i podstawowa struktura aktu komunikacji.
4. Opinia publiczna a inne formy świadomości społecznej (mit, magia, ideologia, wiedza potoczna, wiedza naukowa).
5. Logika wnioskowania w badaniach nie-eksperymentalnych – np. w sondażach opinii.

## **Warsztaty pisania wniosków aplikacyjnych**

1. Zdefiniowanie celów we wniosku aplikacyjnym.
2. Przedstawienie poszczególnych etapów opracowania wniosku aplikacyjnego.
3. Omówienie metod szacowania projektu.
4. Przedstawienie metodologii planowania projektu.

## **Warsztaty analityczne**

1. Opisz społeczeństwo w perspektywie fenomenologicznej.
2. Opisz społeczeństwo w perspektywie konfliktu.
3. Opisz społeczeństwo jako społeczną interakcję.
4. Opisz społeczeństwo z perspektywy teorii wymiany.