

OPIS PROCEDURY EGZAMINACYJNEJ

1. Egzamin obejmuje cztery pytania – trzy z listy zagadnień podzielonej na bloki pytań: ogólnosocjologicznych, metodologicznych i specjalnościowych, czwarte odnosi się do pracy dyplomowej. W przypadku bloku III osoba zdająca wskazuje realizowane moduły tematyczne – to wyznacza zakres przedmiotów, z których losowane są zagadnienia.
2. Dla bloków I, II i III stosowana jest analogiczna procedura losowania: osoba zdająca losuje numer zagadnienia (w losowaniu można zastosować dowolną procedurę np. generator liczb losowych, podanie przez osobę zdającą liczby, którą komisja dowolnie przekształca, wykorzystując przybory jak kostka do gry, karty czy listy pytań). Osoba zdająca jest „gospodarzem” swojej odpowiedzi i przedstawia komisji informacje treściowo związane z wylosowanym zagadnieniem – członkowie komisji mogą zadawać pytania uszczegółwiające lub ukierunkowujące odpowiedź.
3. Czwarte pytanie odnosi się do przygotowanej pracy dyplomowej i jest formułowane przez recenzenta.
4. Ocena końcowa egzaminu dyplomowego jest średnią ocen otrzymanych za odpowiedzi z czterech pytań.
5. Zgodnie z § 69 Regulaminu Studiów w UAM z dnia 25 kwietnia 2022 roku, ostateczny wynik studiów określa suma uzyskana przez dodanie:
 - a. 3/5 średniej wszystkich uzyskanych ocen z egzaminów,
 - b. 1/5 średniej ocen pracy dyplomowej,
 - c. 1/5 końcowej oceny egzaminu dyplomowego.
6. Egzamin zaplanowany jest na 45 minut.

BLOK I - ZAGADNIENIA OGÓLNOSOCJOLOGICZNE

1. Socjologiczna perspektywa badania życia społecznego.
2. Socjologia jako nauka- specyfika, problemy etyczne, wewnętrzne zróżnicowanie socjologii.
3. Społeczne role socjologa (socjolog na rynku pracy, badacz, pracownik administracji publicznej, pracownik działu HR, koordynator pomocy społecznej itd.)
4. Teoria socjologiczna A. Comte'a i H. Spencera
5. Teoria socjologiczna K. Marksa
6. Teoria i praktyka badawcza E. Durkheima
7. Teoria i praktyka badawcza M. Webera
8. Główne paradygmaty współczesnej socjologii (paradygmat faktów społecznych; społecznego działania; społecznego zachowania).

9. Wizje społeczeństwa w teoriach funkcjonalnych i teoriach konfliktu.
10. Wybrane koncepcje socjologii interpretatywnej (np. symboliczny interakcjonizm, socjologia fenomenologiczna).
11. Współczesne teorie socjologiczne przydatne w opisie przemian współczesnego społeczeństwa polskiego.
12. Specyfika człowieka jako gatunku.
13. Kultura, jej elementy składowe oraz rola w życiu społecznym.
14. Sfera sacrum i sfera profanum w kulturach świata.
15. Czynniki warunkujące rozwój społeczeństwa i kultury.
16. Uspołecznianie, socjalizacja, wychowywanie.
17. Przebieg procesu socjalizacji- scharakteryzuj wybrane ujęcie tego procesu.
18. Formy i fazy uspołecznienia w grupach wtórnych: od kandydata do pełnoprawnego członka grupy.
19. Zachowanie, działanie, interakcja.
20. Władza-jej źródła, rodzaje, formy legitymizacji.
21. Kontrola społeczna- wybrane ujęcia.
22. Konformizm, jego role i źródła.
23. Dewiacja i jej źródła.
24. Dysonans poznawczy a potrzeba podtrzymywania własnej samooceny i poczucia własnej wartości.
25. Mechanizmy oddziaływania społecznego (np. media, reklama) a trwałość i zmiana postaw jednostkowych
26. Instytucje społeczne- wąskie i szerokie rozumienie instytucji społecznych, rola instytucji w życiu społecznym.
27. Religia w ujęciu socjologicznym.
28. Rola społeczna i jej komponenty
29. Pojęcie struktury społecznej oraz jej elementy składowe.
30. Nierówności społeczne- źródła i konsekwencje.
31. Stratyfikacja społeczna i jej wymiary.
32. Klasa społeczna- scharakteryzuj wybrane ujęcia kategorii klasa społeczna.
33. Dawne i nowe ruchy społeczne (przykłady).
34. Naród – państwo: kryteria przynależności i wzajemne relacje
35. Więź społeczna- sposoby ujmowania w socjologii.
36. Zbiorowości społeczne- sposoby ujmowania w socjologii, rodzaje zbiorowości społecznych.
37. Mała grupa społeczna i jej cechy

38. Proces tworzenia się i rozwoju grupy małej (A. Jensen, B. Tuckmann, A. Cohen)
39. Struktury grupowe – władza i komunikowanie
40. Rodzina- sposoby ujmowania w socjologii.
41. Współczesne przeobrażenia rodziny.
42. Przemiany małżeńskości i ich konsekwencje.
43. Reprodukcyjność- rodzaje i rola w życiu społecznym.
44. Zmiana społeczna- rodzaje zmian społecznych.
45. Ewolucjonizm a neoewolucjonizm. Główne założenia modeli procesu zmiany społeczne
46. Materializm historyczny a konfliktowy model zmiany społecznej.
47. Teorie cykli historycznych. Główne wizje rozwoju cywilizacji.
48. Teorie modernizacji i teorie konwergencji a procesy modernizacji społeczeństw.
49. Założenie o podmiotowości a wybrane teorie podmiotowości w opisie zmiany społecznej.
50. Wielkie jednostki, wielkie idee i ruchy społeczne, jako czynniki wielkich przemian społecznych.
51. Przemiany struktury ludnościowej w Polsce i ich konsekwencje.
52. Ekonomiczne aspekty życia społecznego.
53. Ekonomia z perspektywy socjologii ekonomicznej.
54. Główne ekonomiczne funkcje państwa.
55. Polityczne aspekty życia społecznego (rodzaje systemów politycznych, demokracja i jej cechy specyficzne).
56. Konceptualizacje współczesnego społeczeństwa (społeczeństwo sieciowe, informacyjne, ryzyka, globalne itd.).
57. Przemiany społeczeństwa polskiego (w kontekście zmian ustrojowych, rozszerzenia Unii Europejskiej w 2004 roku, otwarcia zachodnich rynków pracy itd.)

BLOK II. ZAGADNIENIA METODOLOGICZNE

1. Rodzaje badań i procedur badawczych
2. Zasady projektowania badań - etapy postępowania badawczego w socjologii
3. Omówienie sposobu realizacji projektu badawczego zjawiska/procesu/wydarzenia itp. wskazanego przez komisję egzaminacyjną
4. Projektowanie badań ilościowych - operacjonalizacja i pomiar
5. Rodzaje i dobór próby
6. Reprezentatywność próby i jej znaczenie dla badań.

7. Procedura uzyskiwania zgody od potencjalnych badanych na przeprowadzenie badań
8. Anonimowość i poufność w badaniach społecznych
9. Badania sondażowe i ich rodzaje
10. Techniki badań ilościowych – słabe i mocne strony technik socjologicznych
11. Skale pomiarowe w statystyce – możliwości zastosowania miar ze względu na poziom pomiaru zmiennych.
12. Testy statystyczne a miary zależności – istota, warunki zastosowania w analizie.
13. Metody jakościowe a socjologia interpretatywna i radykalna
14. Rodzaje triangulacji w badaniach jakościowych
15. Wywiad jakościowy i jego cechy (wg S. Kvale)
16. Obserwacja uczestnicząca (zalety i wady)
17. Sposoby analizy / interpretacji w socjologicznych badaniach jakościowych
18. Specyfika metodologiczna danych zastanych
19. Dane socjologiczne w polskiej i europejskiej statystyce publicznej: zasoby Banku Danych Lokalnych GUS, Eurostat
20. Polskie i europejskie projekty monitorujące opinię publiczną (Eurobaromter, European Social Survey, Centrum Badania Opinii Społecznej, Diagnoza Społeczna itd.)

BLOK III PRZEDMIOTY ZE ŚCIEŻEK SPECJALIZACYJNYCH - ZAGADNIENIA EGZAMINACYJNE

ŚCIEŻKA SPECJALIZACYJNA I: KULTURA I MEDIA

Moduł tematyczny: Praktyki kulturowe i ich badanie (semestr II)

Praktyki kulturowe

1. Co to oznacza, iż kultura jest sposobem życia ludzi?
2. Co to są praktyki kulturowe?

Współczesne badania kultury

1. Wskaż na czym polegają ograniczenia danych i badań dotyczących uczestnictwa w kulturze (UwK), którymi dysponuje GUS oraz jak badano uczestnictwo w kulturze w przynajmniej jednym z innych poznanych na zajęciach projektów badawczych.
2. Czy w obszarze aktywności kulturalnej istnieją podziały i nierówności społeczne, a jeśli tak – jakie? Odpowiedź uzasadnij odwołując się do wybranego projektu badawczego poznanego w trakcie zajęć z Współczesnych Badan Kultury

Medializacja

1. Zmysły jako forma zapośredniczenia wiedzy o rzeczywistości (hierarchie zmysłów i ich kulturowe konsekwencje)
2. Koncepcja oralności i powtórnej oralności Waltera Onga (w jaki sposób przejście od oralności do piśmienności zmienia kulturę, jaka kultura wyłania się na podstawie powtórnej oralności)

Ćwiczenia z wyobraźni społecznej

1. Wyjaśnij, czym jest wyobraźnia socjologiczna wg Ch.W. Millsa
2. Wymień cztery typy wiedzy socjologicznej wg Michela Burawoya i wskaż ich potencjał w pracy socjologicznej.
3. Wyjaśnij rolę socjologii publicznej i sposób jej realizacji na wybranym przykładzie (np. konsultacje społeczne, fotogłos)

Moduł tematyczny: Współczesne studia kulturowe (semestr III)

Socjologia kultury popularnej

1. Fazy rozwoju kultury popularnej
2. Metody badań kultury popularnej

Dominacja kulturowa

1. Pojęcie hegemonii kulturowej A. Gramsciego
2. Pojęcie rasizmu kulturowego J. M. Blauta

Kultura wizualna

1. Dlaczego socjologia powinna zajmować się obrazami?
2. Czym jest zwrot wizualny? Co zmienia w kontekście sposobów prowadzenia badań społecznych i humanistycznych?
3. Co to są technologie wizualne, jakie są ich rodzaje?

Moduł tematyczny: Media i technologie społeczeństwa ponowoczesnego (semestr IV)

Media i technologie społeczeństwa ponowoczesnego

1. Wyjaśnij, czym jest konwergencja mediów i w jaki sposób się przejawia (np. prosumentyzm, kultura remixu)
2. Wymień cechy mediów masowych i społeczeństwa medialnego
3. Opisz wybrane społeczne konteksty funkcjonowania mediów masowych (prasa, radio, telewizja)

Socjologia Internetu

1. Wyjaśnij, czym są sieci społeczne i jakie są cechy społeczeństwa sieciowego
2. Wyjaśnij, czym jest cyfrowe wykluczenie i opisz cztery wymiary tego zjawiska (motywacyjny, materialny, kompetencyjny, użytkowy)

3. Wyjaśnij zasady funkcjonowania internetu przedmiotów i wskaż na potencjalne sposoby zastosowania tej technologii w życiu społecznym

Media w badaniach społecznych

1. W czym przejawia się silne splecenie mediów elektronicznych z życiem codziennym? Co pokazują eksperymenty polegające na nagłym odcięciu od korzystania z mediów?
2. Jakie problemy z pomiarem występują w badaniach sondażowych dotyczących częstości oraz znaczenia wykorzystywania mediów (np. tego, jak często ogląda się TV lub korzysta z Internetu lub do czego służą te czynności)?
3. Proszę wymienić i krótko scharakteryzować kolejne elementy procedury analizy zawartości mediów (można też poprosić o stworzenie planu przykładowego badania tego typu – na wybrany temat wybrany przez siebie lub wskazany przez komisję)?

Moduł tematyczny: Gender studies (semestr V)

Gender studies

1. Segregacja pionowa i pozioma na rynku pracy
2. Płeć jako kategoria performatywna, odgrywanie płci
3. Co oznacza, że seksualność jest konstruowana społecznie?

Polityka równościowa

1. Omów krótko wybrane rozumienia kategorii "równości"
2. Omów krótko wybrane narzędzie polityki równościowej - np. parytet, kwoty, akcje afirmacyjne itd.
3. Omów krótko najważniejsze Twoim zdaniem wyzwania polityki równościowej w odniesieniu do rynku pracy/ polityki/ itd. (do wyboru)

Socjologia ciała

1. Ciało jako konstrukt społeczno-kulturowy (na podstawie wybranej teorii)
2. Zjawisko medykalizacji - co oznacza i jakie są jego przejawy?
3. Co oznacza cyborgizacja ciała? Podaj przykłady

ŚCIEŻKA SPECJALIZACYJNA II: BADANIA RYNKOWE–MARKETING–ZACHOWANIA KONSUMENCKIE

Moduł tematyczny: Socjologia konsumenta i rynku (semestr II)

Zachowania konsumenckie

1. Zachowania konsumenckie a konsumpcja i marketing
2. Prawa konsumpcji
3. Konsumeryzm i prawa konsumenta

Socjologia rynku

1. Socjologia contra ekonomia – podstawowe różnice
2. Stosunki pracy a rynek pracy – kwestie definicyjne i sytuacja w Polsce
3. Kapitalizm i jego źródła
4. Strategie regulacyjne kapitalizmu w ujęciu Maynarda Keynesa, Milтона Friedmana i Josepha Schumpetera

Nowoczesne formy marketingu

1. Koncepcja marketingu
2. Zachowania konsumenckie
3. Otoczenie marketingowe
4. Niestandardowe formy komunikacji marketingowej

Moduł tematyczny : Zarządzanie organizacjami (semestr III)

Antropologia organizacji

1. Organizacja jako kultura
2. Procesy motywacyjne
3. Instytucje/organizacje upowszechniania kultury

Zarządzanie czasem

1. Neurobiologiczne podstawy poczucia czasu
2. Społeczne i kulturowe aspekty zarządzania czasem
3. Człowiek wobec czasu: postawy i strategie

Moduł tematyczny: Socjologia dla PR (semestr IV)

Społeczna odpowiedzialność biznesu

1. Marketing społeczny – istota i cele
2. Społeczna odpowiedzialność biznesu – istota zjawiska i adresaci
3. Narzędzia działania w ramach ruchu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu
4. Obszary i ocena społecznej odpowiedzialności biznesu

Marketing społecznościowy (social media marketing)

1. Rola social media w marketingu.
2. Zróżnicowanie działań w marketingu społecznościowym.

Komunikowanie w grupie

1. Komunikacja niewerbalna
2. Komunikaty mimiczne
3. Modele komunikacji w grupie

Moduł tematyczny: Socjologiczne badania rynku i biznesu (semestr V)

Różnice kulturowe w biznesie

1. Cywilizacja a gospodarka w różnych koncepcjach
2. Kultura organizacyjna - ujęcie definicyjne i modelowe
3. Typologie i koncepcje kultur gospodarki/biznesu

Etnografia w badaniach konsumenckich

1. Etnografia jako rodzaj badań jakościowych
2. Obserwacja zachowań w etnograficznych badaniach konsumenckich
3. Postawa badacza w etnograficznych badaniach konsumenckich.

Jakościowe badania rynkowe

1. Metody i techniki badawcze w badaniach rynkowych
2. Jakościowe badania elementów marki
3. "Nowe" typy marketingu

Ilościowe badania rynkowe

1. Rodzaje badań stosowanych w ilościowych badaniach rynkowych

ŚCIEŻKA SPECJALIZACYJNA III: SOCJOLOGIA SFERY PUBLICZNEJ

Moduł tematyczny: Współczesna sfera publiczna – wprowadzenie (semestr II)

Socjologia sfery publicznej

1. Sfera publiczna. Modele sfery publicznej.
2. Wolność i demokracja jako fundamentalne pojęcia socjologii i filozofii polityki.
3. Podstawowe doktryny społeczno-polityczne i ich koncepcje sprawiedliwości społecznej

Społeczeństwo obywatelskie w sferze publicznej

1. Sfera publiczna jako przestrzeń między państwem, społeczeństwem i obywatelem
2. Organizacje pozarządowe – kluczowy podmiot społeczeństwa obywatelskiego

Moduł tematyczny: Media, opinia publiczna, partycypacja (semestr III)

Opinia publiczna i media

1. Opinia publiczna i jej zmiana.
2. Mediatyzacja sfery publicznej. Zjawisko ustanawiania agendy medialnej
3. Marketyzacja sfery publicznej i problem manipulacji w mediach.

Partycypacja i kompetencja obywatelska

1. Uwarunkowania prawne konsultacji społecznych w Polsce i w Poznaniu
2. Drabina partycypacji – krytyczna analiza stosowanych w praktyce form konsultacji społecznych
3. Techniki i formy konsultacji społecznych i współczesne trendy w konsultowaniu

Moduł tematyczny: Diagnoza, zarządzanie, kapitał społeczny w sferze publicznej (semestr V)

Kapitał społeczny w sferze publicznej

1. Teorie kapitału społecznego
2. Kapitał społeczny w funkcjonowaniu organizacji

Diagnozowanie problemów i planowanie strategiczne

1. Problem społeczny – istota i cechy zjawiska
2. Wprowadzenie do zagadnienia diagnozy społecznej
3. Wskaźniki społeczne

Socjologia organizacji instytucji publicznych

1. Teorie biurokracji
2. Funkcjonowanie organizacji w sferze publicznej – istota i rodzaje