



**INSTYTUT SOCJOLOGII**  
Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego  
w Warszawie

ul. Wóycickiego 1/3 bud. 23  
01-938 Warszawa  
tel. +48 22 56 96 828  
email: is@uksw.edu.pl  
[www.is.wnhis.uksw.edu.pl](http://www.is.wnhis.uksw.edu.pl)



## **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

#### **Metody i techniki negocjacji**

1. Style negocjacji.
2. Strategie negocjacyjne.
3. Techniki kształtowania sytuacji negocjacyjnej.
4. Techniki sterowania przebiegiem negocjacji.

#### **Marketing polityczny**

1. Marketing polityczny w Internecie oraz funkcje „propagandy szeptanej” i „propagandy wirusowej”.
2. Kampania bezpośrednia: rodzaje działań marketingowych oraz oszacowanie efektywności.
3. Zasady konstruowania wizerunku kandydata.
4. Sondaże przedwyborcze jako źródło wpływu społecznego.
5. Segmentacja, targetowanie i pozycjonowanie – definicje i kryteria.

## 6. Reklama wyborcza i polityczna – typologia.

### **Spoleczne i marketingowe metody badań jakościowych**

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.