

Znamy się

na ludziach

Egzamin dyplomowy z socjologii

Studia I stopnia

od roku akademickiego 2024/2025

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: 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). Na podstawie wylosowanego zagadnienia komisja egzaminacyjna formułuje pytanie. Do udzielanej odpowiedzi komisja może zadawać pytania uszczegóławiające lub ukierunkowujące odpowiedź.
3. Czwarte pytanie odnosi się do przygotowanej pracy dyplomowej i jest formułowane przez recenzenta/recenzentkę.
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.
7. Egzamin dyplomowy ma charakter spotkania formalnego, w związku z tym obowiązują w jego trakcie stosowne zachowanie i prezencja.

Blok I – zagadnienia ogólnosocjologiczne

1. Socjologia jako reakcja na awarię systemu społecznego
2. Specyfika człowieka jako gatunku
3. Wewnętrzne zróżnicowanie socjologii
4. Socjologia jako badanie życia społecznego
5. Socjologiczne koncepcje dewiacji
6. Postawa w ujęciu psychologii społecznej
7. Dysonans poznawczy Festingera
8. Koncepcja atrybucji Heidera
9. Cenowe i pozacenowe determinanty popytu
10. Ekonomiczne funkcje państwa
11. Zjawisko inflacji
12. Różnorodność ról społecznych socjologów i socjolożek
13. Socjolodzy i socjolożki w relacji z klientami, publicznościami, środowiskiem akademickim i krytycznymi intelektualistami, a także w sytuacji ograniczenia swobód obywatelskich
14. Kodeksy etyki przydatne socjologom, socjolożkom i osobom studiującym socjologię
15. Dylematy etyczne w działalności socjologów i socjolożek
16. Rozwój małej grupy i socjalizacja w grupach wtórnych
17. Komunikacja w grupie
18. Kultura w ujęciu antropologicznym
19. Warunki/czynniki rozwoju społeczeństwa i kultury w ujęciu antropologicznym
20. Układy społeczne
21. Przemiany życia rodzinnego
22. Zmiana społeczna
23. Kapitalizm, jego przeobrażenia i współczesne formy
24. Wpływ migracji międzynarodowych na współczesne społeczeństwo polskie
25. Regres i rozwój obszarów nieurbanizowanych i ich wpływ na formy życia społecznego w Polsce
26. Budowa społeczeństwa wg Marksa i Spencera (porównanie)

Znamy się na ludziach

27. Teorie zmiany społecznej Comte'a i Spencera (porównanie)
28. Teorie zróżnicowania społecznego (stany, klasy) u klasyków (Hegla, Marksa i Webera)
29. Wyjaśnianie i wartościowanie zjawisk społecznych przez Durkheima i Webera
30. Rozpad wspólnoty (Toennies) w ancien régime (Tocqueville)
31. Demografia jako nauka
32. Ruch naturalny
33. Ruch wędrowniczy
34. Teorie małej grupy
35. Struktury wewnątrzgrupowe
36. Cechy małej grupy
37. Rola społeczna, status społeczny, pozycja społeczna
38. Socjologiczne rozumienie konfliktu. Dwie socjologiczne teorie konfliktu
39. Koncepcja tzw. klasy średniej
40. Ruchy społeczne jako emergentne podmioty zmiany społecznej
41. Ewolucja społeczeństw od tradycyjnych do informacyjnych
42. Narody, etnosy i państwo
43. Zmiana w teoriach konfliktu
44. Podmiotowość społeczna
45. Rozwój gospodarczy
46. Najważniejsze funkcje teorii socjologicznej
47. Wyjaśnienie zmiany społecznej w świetle wybranej współczesnej teorii socjologicznej
48. Omówienie dowolnej teorii socjologicznej należącej do nurtu socjologii humanistycznej
49. Rodzaje teorii socjologicznych
50. Wymiana społeczna oraz gry i pułapki społeczne
51. Teorie Ervinga Goffmana

Blok II – zagadnienia metodologiczne

1. Rola sondaży w naukach społecznych – podstawowe pojęcia oraz znaczenie dla badań socjologicznych
2. Pomiar zmiennych w badaniach ilościowych, poziomy pomiaru zmiennych, relacja pomiędzy poziomem pomiaru a możliwymi do zastosowania procedurami statystycznymi
3. Podstawowe różnice pomiędzy statystyką opisową a indukcyjną
4. Modele badania: eksperymentalny, quasi-eksperymentalny, korelacyjny
5. Narzędzia pomiarowe w badaniach ilościowych
6. Główne metody gromadzenia danych (ilościowe)
7. Metodologiczne podstawy badań ilościowych
8. Zgoda od potencjalnych badanych na przeprowadzenie badań
9. Anonimowość i poufność w badaniach społecznych
10. Projektowanie procesu badawczego – perspektywa badań jakościowych
11. Badania jakościowe i ilościowe oraz relacje między nimi
12. Metody doboru próby w badaniach społecznych
13. Zasady konstrukcji kwestionariusza ankiety
14. Wywiady pogłębione – zasady tworzenia i prowadzenia.

Blok III – zagadnienia do przedmiotów ze ścieżek specjalizacyjnych

Ścieżka: Kultura i media

1. Praktyki kulturowe – istota i przesłanki badania [1*]
2. Podejście teorii praktyk w badaniach społecznych [1]
3. Kultura- sposoby ujmowania, warianty badań [1]
4. Badania kultury w sensie antropologicznym [1]
5. Badanie kultury jako sektora [1]
6. Teoria reprezentacji [1]
7. Wykorzystanie teorii reprezentacji [1]
8. M. Burawoy: podział pracy socjologicznej i koncepcja socjologii publicznej [1]
9. Wyobrażenia socjologiczne w koncepcji Ch. W. Millsa [1]
10. Specyfika współczesnej kultury popularnej [2]

11. Badania kultury popularnej [2]
12. Hegemonia kulturowa: definicja i mechanizmy [2]
13. Internalizacja dominacji kulturowej: mechanizmy, narzędzia, konsekwencje (P. Bourdieu, M. Foucault) [2]
14. Związki fotografii z pamięcią [2]
15. Metody analizy materiałów wizualnych w naukach społecznych [2]
16. Konwergencja mediów i jej przejawy (np. prosumentyzm, kultura remiksu) [2]
17. Cechy mediów masowych, społeczeństwa medialnego i informacyjnego [2]
18. Współczesne zjawiska społeczne związane z upowszechnieniem platform cyfrowych i sztucznej inteligencji (AI) [2]
19. Cyfrowe wykluczenie [2]
20. Komunikacja w nowych mediach. Rzeczywistość wirtualna i technologie mobilne [3]
21. Cechy nowych mediów (mediów cyfrowych) [3]
22. Analiza zawartości mediów (content analysis) [3]
23. Badania prowadzone przez internet i big data [3]
24. Różne oblicza feminizmu [4]
25. Społeczne tworzenie płci [4]
26. Nierówności płciowe w wybranych obszarach życia społecznego [4]
27. Definiowanie równości [4]
28. Stosowanie równości [4]
29. Ciało jako konstrukt społeczno-kulturowy [4]
30. Medykalizacja ciała [4]

*nr semestru realizacji ścieżki

Ścieżka: Badania rynkowe

1. Zjawisko mody i wybrana teoria socjologiczna, która je opisuje [1*]
2. Konsumpcja a nierówności społeczne i statusy [1]
3. Konsumpcja a marnotrawstwo [1]
4. Socjologiczne badania rynku [1]
5. Problemy rynku pracy [1]
6. Nowoczesne formy marketingu [1]

7. Etyczny wymiar działań marketingowych [1]
8. Paradygmaty w metodologii antropologii organizacji [1]
9. Procesy badawcze i motywacyjne w praktyce antropologii organizacji [2]
10. Praca w koncepcji socjologii interakcjonistycznej [2]
11. Organizacje Pomarańczowe, Zielone i Turkusowe w ujęciu Frederica Laloux [2]
12. Koniec pracy? Wizja przemian rynku i społeczeństwa według Jeremy'ego Rifkina [2]
13. Biologiczne i psychospołeczne uwarunkowania doświadczania czasu [2]
14. Uwarunkowania i podejścia do zarządzania własnymi aktywnościami w czasie [2]
15. Cele CSR w modelu działalności gospodarczej [3]
16. Działanie „grantowe” a perspektywa długoterminowa [3]
17. Interesariusze w ujęciu społecznej odpowiedzialności [3]
18. Budowanie osoby jako etap „targetowania” komunikatu marketingowego [3]
19. Specyfika marketingowego społecznościowego (w mediach społecznościowych) [3]
20. Komunikacja w grupie jako proces – perspektywa transakcyjna i dialogiczna [3]
21. Fazy procesu grupowego a proces komunikowania się w grupie [3]
22. Zjawisko szoku kulturowego [4]
23. Znaczenie i moc różnicująca kapitału społecznego w kulturach kapitalizmu [4]
24. Kategoria dystansu władzy G. Hofstede [4]
25. Charakterystyka etnograficznych badań konsumenckich [4]
26. Różnica pomiędzy wynikami badań jakościowych a rekomendacjami [4]
27. Techniki jakościowych badań rynkowych [4]
28. Różnica pomiędzy wynikami badań ilościowych a rekomendacjami [4]
29. Operacjonalizacja i indeksowanie zmiennych w badaniach ilościowych [4]

*nr semestru realizacji ścieżki