

## **Rozdział I. Podstawy socjologii (obowiązkowe dla wszystkich studentów)**

1. Proces socjalizacji
2. Osobowość społeczna
3. Struktura roli społecznej
4. Kultura jako wyróżnik człowieka
5. Interakcje społeczne
6. Więzy społeczna
7. Grupa społeczna. Typologia grup społecznych
8. Małżeństwo i rodzina
9. Konformizm i dewiacja społeczna.
10. Stratyfikacja, ruchliwość społeczna i nierówności społeczne
11. Władza, panowanie, przywództwo grupowe.
12. Społeczeństwo i jego typologie
13. Państwo i naród
14. Zmiana społeczna, rozwój społeczny, koncepcje rozwoju społecznego
15. Koncepcja więzi społecznej

## **Rozdział II. Metody i techniki badań społecznych (obowiązkowe dla wszystkich studentów)**

16. Etapy procesu badawczego
17. Cel, przedmiot badań, problemy i hipotezy badawcze
18. Dobór próby badawczej
19. Rodzaje metod badawczych (m. surveyowa, m. badań terenowych, m. eksperymentalna, m. na materiałach historycznych, m. socjometryczna, m. panelowa, m. analizy treści, m. projekcyjne)
20. Rodzaje technik badawczych (t. ankiety, t. wywiadu, t. obserwacyjne, t. analizy treści)

## **Rozdział III. Patologia i dewiacje społeczne (obowiązkowe dla studentów specjalności: „Profilaktyka patologii społecznych”)**

21. Socjologiczne wyjaśnianie zachowań patologicznych (patologia społeczna, dezorganizacja społeczna, dewiacja społeczna, naznaczanie społeczne)
22. Podkultury młodzieżowe (definicja, etiologia, rodzaje)
23. Samobójstwa (przyczyny zjawiska, typologia samobójstw, społeczno-demograficzna charakterystyka samobójcy)
24. Ubóstwo (definicja zjawiska, jego diagnoza, rodzaje i sposoby zapobiegania)
25. Przemoc w rodzinie (definicja zjawiska, jego etiologia, formy przemocy w rodzinie i jej psycho-społeczne konsekwencje)

## **Rozdział IV. Komunikacja społeczna (Obowiązkowe dla studentów specjalności: „Komunikacja społeczna”)**

26. Komunikacja społeczna i jej rodzaje
27. Komunikacja werbalna i niewerbalna
28. Specyfika komunikacji masowej
29. Reklama – definicja, cele, kanały komunikatu reklamowego
30. Znaczenie stereotypów w komunikacie reklamowym