**Socjotechnika i oddziaływanie społeczne – zagadnienia egzaminacyjne**

1. Socjotechnika jako teoria praktyki społecznego działania
2. Sposoby definiowania socjotechniki
3. Ustrój gospodarczy
4. Gospodarka wolnorynkowa
5. Prawo popytu i podaży
6. Rola i znaczenie socjotechniki w procesie kreowania propagandy politycznej.
7. Sposoby definiowania marketingu politycznego.
8. Rola i znaczenie kreacji wizerunku w marketingu politycznym
9. Mechanizmy (narzędzia) wpływu społecznego w perspektywie psychologii społecznej
10. Pojęcie definicji perswazyjnych
11. Kultura jako projekt socjotechniczny
12. Język jako narzędzie socjotechniki
13. Retoryka i sofistyka
14. Architektura i sztuka w służbie propagandy
15. Manipulacja informacją jako narzędzie polityki.
16. Badania sondażowe jako narzędzie manipulacji
17. Kryzys - wyzwania związane z oddziaływaniem społecznym
18. Strategie komunikowania w sferze polityki społecznej
19. Edukacja obywatelska
20. Szkoła jako projekt socjotechniczny
21. Historia propagandy
22. Główne teorie marketingu politycznego
23. Koncepcje i modele socjotechnik w marketingu politycznym
24. Narzędzia badawcze wspomagające oddziaływanie społeczne
25. Etyka jako warunek skuteczności socjotechniki
26. Mowa ciała w socjotechnicznych metodach osiągania celu
27. Przykłady, rola i znaczenie kompetencji społecznych
28. Socjotechnika jako zarządzanie komunikacją
29. Etyczne aspekty socjotechniki i oddziaływania społecznego
30. Aksjonormatywny wymiar kultury
31. Tożsamość społeczna i kulturowa
32. Odmiany świadomości społecznej
33. Opinia społeczna
34. Idee i ideologie w społeczeństwie
35. Pamięć społeczna (zbiorowa)
36. Socjalizacja – pojęcie i koncepcje
37. Postawy społeczne
38. Społeczne i kulturowe uwarunkowania języka
39. Ład społeczny, kontrola społeczna i język
40. Rola komunikowania w życiu społecznym
41. Język manipulacji
42. Komunikacja interpersonalna: komunikacja werbalna i niewerbalna, zachowania sprzyjające porozumieniu, bariery komunikacyjne
43. Savoir vivre jako społeczny system regulowania interakcji
44. Zasady precedencji (zasada pierwszeństwa, zasada starszeństwa, rozsadzanie przy stole, rozmieszczenie flag)
45. Czas wolny jako potrzeba i wartość
46. Wzorce i preferowane sposoby spędzania czasu wolnego różnych kategorii społecznych (zróżnicowanie czasu wolnego ze względu na wiek, płeć, role społeczne; osób z niepełnosprawnościami)
47. Język a struktura społeczna
48. Język jako narzędzie wpływu społecznego
49. Społeczność lokalna – koncepcje, definicje, znaczenie kontekstu
50. Etyczne aspekty pracy ze społecznością lokalną
51. Kultura organizacji
52. Klasyczna teoria organizacji i naukowe zarządzanie
53. Nurt Human Relations
54. Motywacja i motywowanie
55. Przywództwo