



ZESTAW PYTAŃ KIERUNKOWYCH NA EGZAMIN DYPLOMOWY NA STUDIACH PIERWSZEGO STOPNIA

Kierunek studiów: Psychologia (Neuromarketing), studia I stopnia

Na egzaminie dyplomowym losowane są dwa pytania z niniejszego zestawu

PROCESY POZNAWCZE

1. Porównaj dwa procesy poznawcze, mianowicie percepcję i myślenie. Wskaż podobieństwa i różnice.
2. Po co człowiekowi wyobraźnia?
3. Podaj i krótko omów przykłady ilustrujące następujące rodzaje myślenia: odtwórcze, wytwórcze, twórcze.

METODOLOGIA BADAŃ PSYCHOLOGICZNYCH

4. Zasada randomizacji w badaniu eksperymentalnym. Dwa rodzaje randomizacji.
5. Proszę wymienić cztery rodzaje skal pomiarowych i omówić jedną z dowolnie wybranych.
6. Procedura operacjonalizacji terminów teoretycznych w badaniu eksperymentalnym.

BIOLOGICZNE PODSTAWY ZACHOWANIA

7. Omów przekąźnictwo noradrenergiczne.
8. Omów przekąźnictwo serotoninergetyczne.
9. Omów przekąźnictwo dopaminergiczne.

PSYCHOLOGIA OSOBOWOŚCI

10. Rola genów i środowiska w kształtowaniu się osobowości.
11. Jakie są różnice między podejściem psychoanalitycznym a społeczno-poznawczym podejściem do osobowości?
12. Cechowe ujęcie osobowości — charakterystyka i ocena podejścia.

PSYCHOLOGIA SPOŁECZNA

13. W jaki sposób ludzie wyjaśniają sobie zachowania własne i cudze? Przedstaw to w świetle teorii atrybucji.
14. Czym jest błąd pominięcia i nadużycia w percepcji społecznej? Wyjaśnij omawiając trzy wybrane błędy percepcyjne; np. błąd pierwszego wrażenia, błąd nastawienia, błąd projekcyjny, efekt aureoli.
15. Czym są manipulacje społeczne? Wyjaśnij odwołując się do trzech wybranych reguł drogi na skróty Cialdiniego.

EMOCJE I MOTYWACJA

16. Na podstawie badań zespołu Paula Ekmana proszę wymienić tzw. emocje uniwersalne. I krótko je scharakteryzować.





17. Jaką ewolucyjną funkcję pełni emocja gniewu? Czym różni się motywacja wewnętrzna (*intrinsic*) od motywacji zewnętrznej (*extrinsic*)?

18. Czym różni się motywacja wewnętrzna (*intrinsic*) od motywacji zewnętrznej (*extrinsic*)?

PSYCHOLOGIA RÓŻNIC INDYWIDUALNYCH

19. Czym jest inteligencja płynna i jakiego rodzaju testy stosuje się do jej pomiaru?

20. Proszę krótko omówić regulacyjną teorię temperamentu Jana Strelaua.

21. Czy inteligencja emocjonalna jest cechą osobowości czy zdolnością intelektualną?

NEUROPSYCHOLOGIA

22. Podaj przykład i scharakteryzuj (omów mierzone funkcje) wybrany test przesiewowy stosowany w badaniu neuropsychologicznym.

23. Czym są funkcje wykonawcze i który obszar mózgu jest z nimi związany w największym stopniu.

24. Jakie znaczenie ma wykształcenie w kontekście uszkodzeń mózgu?

DIAGNOZA PSYCHOLOGICZNA

25. Jakie są podstawowe metody diagnozy klinicznej w psychologii?

26. Jakie są rodzaje wywiadu klinicznego?

27. Jakie są etapy tworzenia klinicznego testu diagnostycznego/psychometrycznego?

PSYCHOPATOLOGIA

28. Zaburzenie psychiczne wg systemów klasyfikacji DSM-5 lub ICD-10.

29. Wąskie i szerokie rozumienie traumy. Zaburzenia po stresie traumatycznym.

30. Treściowe i formalne zaburzenia myślenia (objawy psychopatologiczne).

PSYCHOMETRIA

31. Jakie są standardy badania testami psychologicznymi? Dlaczego zachowanie standardów badania testami psychologicznymi jest takie ważne?

32. Pojęcie normy w psychometrii. W jakim celu tworzy się normy?

33. Zalety i wady testów psychometrycznych.

PODSTAWY POMOCY

PSYCHOLOGICZNEJ

34. Terapia skoncentrowana na kliencie Carla Rogersa – krótko opisz podstawowe cele, kluczowe dla procesu pomagania cechy terapeuty, podstawowe techniki pracy.

35. Podejście behawioralne w psychoterapii – założenia, etapy pracy i przykładowe techniki pracy.

36. Podejście poznawcze w psychoterapii – w jaki sposób terapeuci poznawczy rozumieją zaburzenie, przykładowe techniki pracy

ETYKA ZAWODU PSYCHOLOGA





- 37. Podstawowe zasady etyczne w zawodzie psychologa.
- 38. Cechy relacji psycholog – klient.
- 39. Zasady etyczne występowania w mediach.

PODSTAWY MARKETINGU

- 40. Otoczenie przedsiębiorstwa i jego znaczenie w marketingu.
- 41. Cele, kryteria, proces i konsekwencje segmentacji rynku
- 42. Kompozycja instrumentów marketingu-mix.

PODSTAWY REKLAMY

- 43. Charakterystyka procesu promocji i jej podstawowych instrumentów.
- 44. Podstawowe media reklamowe – systematyka i charakterystyka.
- 45. Strategia reklamy – charakterystyka etapów.

BADANIA NEUROMARKETINGOWE – TECHNIKA EEG

- 46. Charakterystyka artefaktów w EEG – rodzaje i sposoby ich usuwania.
- 47. Podstawowe rytmy w EEG u dorosłego, zdrowego człowieka w czuwaniu.
- 48. Sposoby analizy EEG w neuromarketingu.

BADANIA NEUROMARKETINGOWE – TECHNIKA EYETRACKER

- 49. Czym się różni fiksacja od sakady?
- 50. W jakich dziedzinach badań i zastosowań praktycznych sprawdza się eye-tracker?
- 51. Jakie wskaźniki możemy używać, żeby opisać wyniki badania eye-trackingowego i o czym one mówią?

