**Proponowane tematy prac licencjackich na kierunkach dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz komunikacja wizerunkowa: III rok/I stopień, rok akademicki 2020/2021, studia stacjonarne i niestacjonarne:**

**Dr Paweł Urbaniak**

* Komunistyczna propaganda na plakatach okresu PRL
* Promocja działalności biznesowej w mediach społecznościowych
* Nurty washingowe w marketingu jako zjawisko manipulacji
* Rola Customer Experience w budowaniu przewagi konkurencyjnej w branży fitness
* American Dream – konflikt marzeń i rzeczywistości emigracji
* Reportaże Justyny Kopińskiej jako narzędzie kształtowania rzeczywistości
* "Ja tu tylko po tabletkę" - reportaż podejmujący temat terapii i zaburzeń psychicznych
* Mem odwołujący się do dzieł malarskich - analiza zjawiska
* Prawno-etyczne aspekty reportażu wcieleniowego
* Walka z rasizmem systemowym oraz motywy afro-centryczne w muzyce lat 60. i 70. XX wieku

**Dr Dawid Szkoła**

* Polska architektura drugiej połowy XX wieku w literaturze non-fiction
* Ostatni wiejscy muzykanci. Studium przypadku na przykładzie kultury Lasowiaków
* Współczesny wizerunek czarownicy w popkulturze na przykładzie Chilling Adventures of Sabrina
* Pomiędzy szacunkiem a obrazą, czyli o patriotyzmie w polskim rapie
* Amerykański sen w twórczości Charlesa Bukowskiego
* Wizerunek polskich zespołów punkowych lat 90. ukazany na podstawie Armii i Apteki
* Kultura i mitologia słowiańska we współczesnej popkulturze na przykładzie gry komputerowej Wiedźmin 3: Dziki Gon
* Narzędzia narracyjne w grach wideo na podstawie cyklu gier o Wiedźminie

**Dr Michał Rydlewski**

* Nowa odsłona żenady. Cringe jako fenomen social media
* Gotyk w (pop)kulturze. Głosy i echa muzycznej subkultury
* Świat gier komputerowych jako obszar refleksji nad człowiekiem i techniką
* Relacja medium - muzyka. Nowe dziennikarstwo muzyczne w czasie interegnum
* Pojmując od wewnątrz. Jednostkowe przeżywanie literatury jako pretekst dla refleksji humanistycznej
* Muzyka w sferze wirtualnej. Nowe praktyki muzyczne na tle przemian technologicznych
* Konwergencja mediów na przykładzie treści w mediach społecznościowych
* Hybrydyzacja muzyki jako odbicie wielokulturowości
* Przemiany stylu podróżowania oraz jego konsekwencje społeczne na przełomie XX i XXI wieku. Rzecz o splocie czynników ludzkich i pozaludzkich
* Od nastoletniej idolki do ubezwłasnowolnienia. Jak media i przemysł muzyczny zniszczyły życie Britney Spears
* Od amatorskiego wideo do giganta wideo treści. Jak YouTube stał się głównym medium millenialsów i post-millenialsów
* Wspierać czy nie wspierać? Marki wobec protestów społecznych na przykładzie mBanku i Strajku Kobiet
* Infantylizacja gier wideo jako medium popkultury
* Współczesna (nie)równość. Analiza społecznych kontrowersji związanych z płcią oraz rasą
* Ulotne chwile zatrzymane w kadrze. O przemijaniu świąt Bożego Narodzenia
* Język protestu - język błazna. Przykład Pomarańczowej Alternatywy i Strajku Kobiet
* Estetyka fotografii japońskiej
* Dzieciaki z tamtych światów. Posthumanistyczny reportaż etnograficzny

**Prof. dr hab. Michael Fleischer**

* Srebrne tsunami - w ocenie rozważań badaczy oraz w perspektywie przedstawicieli pokolenia Y
* Wizerunek wielkich korporacji wśród młodych mieszkańców Wrocławia
* Celebrity endorsement - poparcie celebryckie jako instrument marketingu politycznego

**Dr Dominik Lewiński**

* Prawidłowości designu opakowań na podstawie autorskiego projektu opakowań wybranych produktów sektora FMCG
* Analiza stereotypów i metafor w temacie depresji
* Zróżnicowanie narkotyków a wizerunek osoby uzależnionej. Analiza dyskursu
* Konstrukt młodzieży – badania empiryczne
* Przestrzenie domowe w grach komputerowych
* Fotografia nie może odzwierciedlać rzeczywistości
* Kulturowo-językowy dyskurs płci a obraz kobiety w XXI wieku
* „Banksy jako artysta w polu sztuki”
* Strategie komunikacyjne i wizerunkowe zespołów metalowych. Analiza twórczości zespołu Ghost
* Ciałopozytywność – obraz zjawiska i jego odbiór społeczny
* Postrzeganie wegan i wegetarian przez osoby jedzące mięso
* „Współczesny plakat nacjonalistyczny. Multimodalna analiza dyskursu”
* Wirtualny domek dla lalek – Analiza serii The Sims
* Badanie i analiza wizerunku wybranych banków w Polsce wśród studentów

**Dr Marcin Pielużek**

* Analiza porównawcza UX witryn internetowych wybranych sklepów, oferujących modę marek "premium", na podstawie zadaniowych testów użyteczności
* Amerykański kobiecy rap lat 90. XX wieku a feminizm - teksty piosenek jako manifest feministyczny
* Dyskurs partii Konfederacja na temat Unii Europejskiej we wpisach w serwisie Facebook
* Wizerunek kobiet w dyskursie prawicowo-konserwatywnym w kontekście protestów przeciwko zaostrzeniu przepisów aborcyjnych na przełomie 2020/2021 roku
* Medialny obraz Ogólnopolskiego Strajku Kobiet 2020
* Kultura uczestnictwa a YouTube - społeczność BookTube jako przestrzeń dialogu czytelników
* Językowe akty mowy nienawiści względem osób ze społeczności LGBT+ na przykładzie artykułów „Naszego Dziennika”
* Analiza wizerunku gier wideo kreowanego przez media na podstawie wybranych artykułów i audycji telewizyjnych
* Analiza wizerunku subkultury skaterów w Polsce
* Anti-brands image: komunikacja marek “nie-marek”. Analiza i próba konceptualizacji
* FAKE NEWS jako narzędzie poróżnień obywateli w świecie polityki
* Wpływ czynników demograficznych na postrzeganie wizerunku wegan
* Nowa Brzydota w projektowaniu graficznym - analiza trendu estetycznego
* Promowanie weganizmu przez organizacje pozarządowe w serwisie społecznościowym Instagram
* Wizerunek rodzicielstwa wśród matek i kobiet bezdzietnych z wyboru
* Vintage shop’y na rynku polskim. Charakterystyka i analiza komunikacji, wizerunku oraz dominujących tendencji, na podstawie wybranych marek
* Cyberprzemoc w środowisku gier multiplayer oraz jej występowanie ze względu na płeć gracza
* Deklarowane i rzeczywiste zachowania związane ze stylem życia wegetarian

**Dr hab. Michał Grech**

* Wizerunek pole dance. Forma gimnastyki i działań sportowo-rekreacyjnych czy aktywność o charakterze erotycznym?
* Zmiana wizerunku pojazdu poprzez car wrapping
* Strategia komunikacji dla marki biżuteryjnej Irbis
* Etymologia, a współczesne znaczenie imienia w komunikacji
* Autowizerunek Polaków
* Wizerunek osób LGBT
* Badanie wizerunku organizacji charytatywnej Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy
* Wizerunek Wrocławia oczami migrantów ze wschodu
* Czy wizerunek idealnego Prezydenta Wrocławia pokrywa się z wizerunkiem obecnego Prezydenta Jacka Sutryka?
* Analiza języka wykorzystywanego w grupach patriotycznych na Facebooku przeprowadzona przy użyciu narzędzi językoznawstwa korpusowego

**Dr Adam Szynol**

* Siła oddziaływania influencerów na młodych odbiorców na przykładzie Anji Rubik i Julii Wieniawy
* Internetowe neologizmy i ich droga do słowników

**Dr Kamil Olender**

* User Experience Design w procesie kreacji aplikacji mobilnej dla osób uprawiających wspinaczkę
* Kreowanie autowizerunku oraz postrzeganie wizerunku potencjalnych partnerów i partnerek przez użytkowników i użytkowniczki Tindera w świetle teorii doboru partnerskiego
* Wizerunek Michelle Obamy w mediach społecznościowych
* Przemoc w komunikacji międzyludzkiej-analiza mediów
* Pozytywne postawy wobec ciała i ich wpływ na jego postrzeganie i zachowania prozdrowotne
* „Projekt marki nawozów do roślin doniczkowych”
* Konstrukt prestiżu w kontekście świata wirtualnego na przykładzie polskich youtuberów
* Początki marketingu w Polsce po roku 1989
* Wizerunek kosmetyków naturalnych wśród osób stosujących i niestosujących pielęgnacji naturalnej
* „Framingjako narzędzie manipulacji medialnej na przykładzie budowania negatywnego wizerunkukobiet podczas OgólnopolskichStrajkówKobiet 2020”
* Postrzeganie podróżowania
* Media jako instrument manipulacji
* Społeczność osiedli grodzonych. Analiza e-relacji sąsiedzkich w ujęciu konceptów komunikacyjnych.
* Wpływ merchandisingu na decyzje zakupowe nabywców na podstawie marki Reserved
* Świadomość i wiedza na temat uzależnienia użytkowników od aplikacji mobilnych, powiązana z ich designem, w świetle badań ankietowych.
* Postrzeganie motywów religijnych
* Światowy sukces marki, na przykładzie Air Jordan
* Instagram jako narzędzie reklamy dla firm kosmetycznych
* Platforma Netflix w wymiarze komunikacyjnym w świetle badań jakościowych
* Jak prasa kobieca pisze o dietach? Analiza korpusowa języka dotyczącego tematyki dietetycznej w prasie kobiecej
* Proces corporate identity na przykładzie projektu marki gastronomicznej

**Dr Annette Siemes**

* Interpretacja świata sztuki przez osoby niesłyszące i niewidome
* Analiza technik i prób wywierania wpływu w komunikacji z klientem
* Rola nowych mediów w komunikacji interpersonalnej
* Reprezentacja transpłciowych mężczyzn w grach wideo: analiza istotności oraz typu reprezentacji

**Dr Karolina Lachowska**

* Kreacja marki restauracyjnej na rynek wrocławski
* Wizerunek czarownic w filmach animowanych
* Obraz kobiety kreowany przez koncerny kosmetyczne. Analiza wybranych reklam
* Przywilej jako konstrukt. Projekt zina poświęconego zagadnieniom związanym z posiadaniem przywilejów
* Greenwashing – czy istnieje w świadomości Polaków?
* Wizerunek marki Barbie oraz jej wpływ na postrzeganie kobiecego piękna
* Fotografia inscenizowana
* User Experience and User Interface Design w procesie kreacji aplikacji mobilnej. (Research, Projekt, Wireframes, Testowanie, Prototypizacja, Design)
* Wpływ aplikacji randkowej Tinder na życie społeczne
* Jak reklama i działania marketingowe zmieniły się na przestrzeni lat? O ambientach reklamowych i nowych technikach marketingowych
* Analiza trendu eko mody. Dlaczego wszystko staje się zrównoważone?
* Analiza strategii marketingowej marki Pani Swojego Czasu
* Projekt aplikacji mobilnej “Cztery łapy” w aspekcie designu społecznego, popularyzującej adopcję bezdomnych zwierząt ze schronisk
* Zarządzanie wizerunkiem firmy za pomocą marki osobistej na przykładzie Iwony Przybojewskiej
* Zmiany dyskursu o ekologii w mediach
* Stereotypy płciowe w komunikacji marek, na podstawie analizy zawartości wybranych reklam z okresu 2008 - 2020
* Mechanizmy polityczne odpowiedzialne za polaryzację społeczeństw i ich analiza
* Mit wiecznej młodości. Kobieta doświadczona jako zagrożenie. Kreowanie i utrwalanie wizerunków kobiet przez wybrane filmy animowane Walta Disneya
* Pandemiczny Uniwersytet Wrocławski. Doświadczenie studentów podczas nauki zdalnej w trakcie pandemii COVID-19
* Obraz muzyki disco polo w języku programu telewizyjnego Moje Disco. Moje Wszystko
* Komunikacja marketingowa chwilówek w Internecie i postrzeganie ich przez użytkowników na przykładzie marki Vivus
* Marketing communication of payday loans and how the users see them based on the analysis of Vivus Brand
* „Jak wizerunek wpływa na sukces marki Nike”
* Marka na rynku gastronomicznym

**Dr Patrycja Rozbicka**

* Postrzeganie kobiecości poprzez pryzmat social mediów
* Wizerunek i stereotyp kobiety w prasie kobiecej
* Szwajcaria jako marka. Analiza wykorzystywania wizerunku Szwajcarii przez szwajcarskie firmy
* Analiza wizerunku imigrantów z Ukrainy w Polsce na podstawie prasy i nowych mediów. Wpływ lokalnych mediów na komunikację międzykulturową w Internecie
* Analiza i ocena zapotrzebowania zawodu Wedding Plannera na rynku ślubnym
* Miłość do kwadratu - projekt marki przedstawiający inne spojrzenie na erotykę
* Kobieta o kobietach. Fotoreportaż jako relacja z życia
* Komunikacja marki a tabu – case study Your KAYA i spotu #mensTRUEacja
* Analiza działalności Fundacji Destination Imagination Polska
* Analiza zmian w procesie projektowania identyfikacji wizualnej na przykładzie wybranych marek
* Wizerunek współczesnej kobiety w oczach pokolenia Z
* Fotomontaż: sztuka czy oszustwo?
* Badanie doświadczenia użytkownika w korzystaniu z podręczników akademickich - case study
* Zrównoważona konsumpcja i jej przejawy w wyborach konsumentów na rynku odzieżowym w Polsce
* Historia McDonald’s - wojna z Burger King
* Postrzeganie organizacji pozarządowych w Polsce. Badanie wizerunku
* Komunikowanie praw kobiet. Case study wybranych organizacji pozarządowych
* Zmiany we współczesnym postrzeganiu śmierci oraz rytuałów pogrzebowych związanych z wizerunkiem zmarłego
* Estetyka paryska: nowy lifestyle czy kolejny trend?
* Zaangażowanie marek w kampanie pro mniejszościowe
* Zillennialsi - generacja pomiędzy generacjami
* Analiza wizerunki i działalności - Ogólnopolski Strajk Kobiet i Marsz Niepodległości
* Analiza działalności marki Inglot - komunikacja i świadomość konsumentów
* Wizerunek personelu pokładowego w liniach lotniczych z perspektywy stewardessy

**Dr Katarzyna Konarska**

* Media społecznościowe jako narzędzie kreowania wizerunku- na przykładzie Martyny Wojciechowskiej
* Femvertising - Feminist portrayal of women in advertising
* Agenda telewizyjnych serwisów informacyjnych w Polsce
* DEBATA JAKO ELEMENT KAMPANII WYBORCZEJ NA PRZYKŁADZIE 59. WYBORÓW PREZYDENCKICH W STANACH ZJEDNOCZONYCH
* PROPAGANDA JAKO NARZEDZIE MARKETINGU POLITYCZNEGO W KAMPANII WYBORCZEJ ANDRZEJA DUDY W 2020 ROKU
* Działalność CSR jako element strategii wizerunkowej przedsiębiorstwa na przykładzie firmy AVON
* IDEA ZRÓWNOWAŻONEGO KONSUMPCJONIZMU A STRATEGIE KOMUNIKACYJNE MAREK LUKSUSOWYCH, NA PRZYKŁADZIE MARKI STELLA MCCARTNEY
* NIESTANDARDOWE FORMY REKLAMY NAPOJÓW ENERGETYZUJĄCYCH
* Misja i zadania TVP - analiza oferty programowej
* WPŁYW TRENDÓW EKOLOGICZNYCH NA STRATEGIE MARKETINGOWE W PRZEMYŚLE MIĘSNYM
* Rola mediów społecznościowych w protestach społecznych, na przykładzie Strajku Kobiet

**Dr hab. Jacek Grębowiec**

* Fotografia jako dokumentacja rzeczywistości
* Portret w fotografii jako dzieło sztuki
* Fotomontaż przeszłości - jak zmieniano rzeczywistość przed Photoshopem
* Kicz w fotografii
* WPŁYW INSTAGRAMA NA FOTOGRAFIĘ WSPÓŁCZESNĄ
* Mniej znaczy więcej, czyli o rozwoju sztuki i fotografii minimalistycznej
* Symbol w fotografii i kulturze
* Detal, obraz, tło – o roli planu w fotografii ślubnej
* Czy fotografia codzienności może być sztuką? Kwestia przypadku w fotografii
* Fotografia abstrakcyjna
* Portret w fotografii jako tworzywo kreacji
* Estetyzacja życia codziennego jako problem kultury współczesnej

**Dr Paweł Baranowski**

* Kreowanie wizerunku modowego na przykładzie uczestników festiwali muzycznych Open’er oraz Pol’and’Rock
* ANALIZA WIZERUNKU OUTDOROOWEJ KAMPANII„STOP ABORCJI”W POLSCE
* Koncerty muzyczne jako forma socjalizacji w zderzeniu z pandemią COVID-19
* Przekazy medialne w dobie pandemii COVID-19
* BRANDING EMOCJONALNY JAKO STRATEGIA PROMOCYJNA WYKORZYSTYWANA W PROCESIE KREOWANIA WIZERUNKU MARKI APPLE
* WPŁYW INFLUENCER MARKETINGU NA ZACHOWANIA KONSUMENCKIE GENERACJI Z
* Wpływ mediów społecznościowych na seksualizację młodzieży
* Występowanie syndromu FOMOwśródmłodych dorosłych w wieku 19-30 lat naprzykładzie aplikacji Instagram
* Dziennikarstwo śledcze w Polsce – wyzwania zawodowe wobec etyki dziennikarskiej
* Kreowanie wizerunku polityka w Polsce na przykładzie kampanii Andrzeja Dudy podczas wyborów prezydenckichw 2020 roku
* Komunikacja marketingowa w mediach społecznościowych. Analiza wizerunkuoficjalnego polskiego profilu Starbucks w serwisie Instagram
* „Samotne kobiety w Twojej okolicy” –analiza komunikatów reklamowych w przestrzeni nielegalnych transmisji meczów
* Kształtowanie wizerunku usług prawniczych jako przykład marketingu usług profesjonalnych
* Starość w czasach współczesnych –analiza wizerunk u seniorów w przestrzeni tradycyjnych i nowych mediów
* Wykorzystanie marketingu doświadczeń przy promocji albumu muzycznego –na przykładzie kampanii Romantic Psycho
* Analiza aktywności Szymona Hołowni w serwisie społecznościowym Facebook
* Wpływ mobilnego networkingu na zawieranie, rozwój i formę znajomości na przykładzie aplikacji Tinder

**Dr Roman Wróblewski**

* Ruch body positive w polskich mediach (historia, analiza zjawiska, ocena zjawiska)
* Stosunek mlodych Polakow do polityki
* Maski ochronne w komunikacji społecznej w czasie pandemii COVID-19
* Alternatywne rozwiązania w strategii marki na przykładzie marketingu doświadczeń, marketingu sensorycznego i audiomarketingu
* Analiza zarzadzania kryzysowego marki CD Projekt RED po premierze gry „Cyberpunk 2077"
* Wizerunek astrologii w mediach społecznościowych
* Kształtowanie wizerunków kandydatów na prezydenta podczas drugiej tury wyborów w 2020 roku w Polsce na przykładzie publikacji w tygodnikach „Newsweek" i „Do Rzeczy"
* Analiza wizerunku artysty na przykładzie twórczości Krzysztofa Gonciarza
* Wizerunek medialny Billa Clintona i Moniki Lewinsky tuż po skandalu
* Gra planszowa z elementami narracji jako środek komunikacji
* Marketing emocjonalny- analiza kampanii spotecznych na rzecz zwierząt
* Językowy obraz Józefa Stalina w polskiej propagandzie prasowej
* Analiza komunikacji protestujących w Strajku Kobiet z władzą poprzez hasła na plakatach
* Wizerunek medialny Ogolnopolskiego Strajku Kobiet
* Odwolania kulturowe na transparentach podczas protestow Ogolnopolskiego Strajku Kobiet
* Znaczenie Twittera w polityce na przykladzie Polski
* Media społecznościowe jako narzędzie komunikacji podmiotow politycznych - analiza wizerunku kreowanego przez Sławomira Mentzena
* Wizerunek marki Animal4you
* Rola nowych mediów w kreowaniu wizerunku współczesnego polityka. Personal Branding - na przykładzie wyborów prezydenckich na Ukrainie w 2019 roku

**Prof. dr hab. Leszek Pułka**

* Progres – wprowadzenie marki na rynek. Projekt komunikacji wizerunkowej
* Budowa i wdrożenie marki online. Na przykładzie projektu małego biznesu "STUDIO
* Postrzeganie strategii komunikacyjnych i wizerunku marek luksusowych
* Branża beauty w social mediach – case study marki Inglot
* Media społecznościowe jako miejsce komunikacji i wsparcia społecznego ludzi z podobnymi problemami – na podstawie grupy facebookowej „Twarzing”
* Kreowanie wizerunku marki na podstawie firmy Glossier
* Branding online na przykładzie dużych firm fast food
* Brandbook - teoretyczne aspekty projektowania wizerunku marki

**Dr Małgorzata Kolankowska**

* Reklamy marek suplementów diety na portalu społecznościowym Facebook w dobie COVID-19. Krytyczna analiza dyskursu
* Zmiany komunikacji marki Zalando od 2016 roku do 2021 roku
* Droga Jana Błachowicza na szczyt w mieszanych sztukach walki
* Problem przemocy wobec kobiet na przykładzie dokumentu Chelo Álvarez-Stehle pt. Sands of Silence: Waves of Courage
* Jakie przeszkody czekają na autora podczas wydawania książki? Analiza wybranych przypadków
* Analiza wizerunku szpitali psychiatrycznych na podstawie wybranych tekstów kultury
* Greta Thunberg a kształtowanie świadomości ekologicznej w Polsce na podstawie tygodników "Newsweek" i "Do Rzeczy" w latach 2018-2020
* Body positive - ruch ciałopozytywności na Instagramie i jego wpływ na młode kobiety
* Porównanie reportaży Joanny Gierak-Onoszko "27 śmierci Toby'ego Obeda" oraz Justyny Kopińskiej "Czy Bóg wybaczy siostrze Bernadecie?" w kontekście przemocy stosowanej w instytuacjach prowadzonych przez podmioty związane z Kościołem katolickim

**Dr Dorota Kokowicz**

* Wpływ nowych mediów na życie osób niepełnosprawnych
* KREOWANIE WIZERUNKU MARKI POPRZEZ WYKORZYSTANIE MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH NA PRZYKŁADZIE KYLIE COSMETICS
* Instagram jako nowoczesne narzędzie marketingowe
* Instagram jako narzędzie komunikacji marketingowej na przykładzie Zalando
* Dyplomacja kulturalna w Ukrainie
* KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA W FIRMIE NEUCA S.A.
* Znaczenie marketingu relacyjnego na podstawie analizy multipartnerskiego programu lojalnościowego Payback
* Budowanie wizerunku marki Starbucks na Instagramie
* Wykorzystanie Instagrama w kreowaniu wizerunku firmy kosmetycznej Resibo
* „Kształtowanie marki narodowej przez Argentynę w obszarze turystyki ze szczególnym uwzględnieniem turystyki naturalnej w regionie Patagonii po pandemii koronawirusa.”
* Marka narodowa a decyzje zakupowe polskich studentów
* Event marketing w branży IT – na przykładzie organizacji branżowych targów pracy i konferencji
* Wizerunek marki kosmetycznej Tołpa wśród studentów
* „Wizerunek Meghan Markle w polskich i brytyjskich tabloidach.”
* Budowanie społeczności marek luksusowych na Instagramie na przykładzie domu mody Dior

**Dr hab. Karol Maliszewski**

* Rola mediów elektronicznych w edukowaniu i kształtowaniu świadomości ekologicznej społeczeństwa
* Antoni Goraj - społecznik z powołania
* Instagram - wpływ mediów społecznościowych na nasze życie
* Statyści i epizodyści na planie filmowym
* Wizerunek książki papierowej na tle nowoczesnych technologii i jego wpływ na decyzje konsumenckie