**Proponowane tematy prac licencjackich na kierunkach dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz komunikacja wizerunkowa: III rok/I stopień, rok akademicki 2021/22, studia stacjonarne i niestacjonarne**

**Tematy zatwierdzone przez Radę Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej w dniu 23.02.2022 roku**

**prof. Michael Fleischer**

* Podcast jako środek komunikacji
* Wizerunek drag queen
* Badanie wizerunku gatunku muzycznego w oparciu o grafiki z okładek płyt
* Kreowanie wizerunku i strategii marketingowej na podstawie prototypu marki xyz
* Obraz buntu wśród młodych ludzi"
* Projekt modularnej konwersji samochodu dostawczego na kampera
* Przekaz emocji w reklamie
* Komunikacja pomiędzy pracownią techniki dentystycznej a gabinetem stomatologicznym
* Wykorzystanie content marketingu jako narzędzia budowania wizerunku marki na przykładzie Lidl Polska

**dr Dominik Lewiński**

* Stereotypizacja użytkowników marek samochodów. Badania empiryczne
* Wizerunek medialny choroby afektywnej dwubiegunowej. Analiza dyskursu
* Metafory rozkoszy. Analiza dyskursu erotycznego
* Językowe wyznaczniki stresu. Badania empiryczne
* Wizerunek osób nieheteronormatywnych w mediach prawicowych
* Koniec dyskursu miłosnego. Społeczna konstrukcja rozstania
* Świadomy konsumpcjonizm – insighty konsumenckie w branży odzieżowej
* Bodyshaming i jego język
* Wizerunek marihuany. Badania empiryczne
* Projekt strategii marki kobiecej odzieży kolarskiej. Model Brand Conviction
* Brandbook marki miodu
* Mem internetowy. Genologia, typologia, teoria
* Fenomen podcastów kryminalnych
* Brandbook marki sprzętu jeździeckiego
* Zjawisko ‘foodporn’ i jego konsekwencje
* Medializacja kryzysu uchodźczego. Analiza dyskursu

**dr Annette Siemes**

* Analiza wizerunku widza pierwszych dwóch sezonów serialu „Twin Peaks” w oparciu o ankiety społeczne
* Wizerunek sieci sklepów spożywczych na podstawie aktywności komunikacyjnych Lidla w mediach społecznościowych
* Identyfikacja wizualna dla marki spożywczej
* Wizerunek jazzu w Polsce - badanie ankietowe
* Komunikowanie o stanie świata. Analiza treści i kontekstów sztuki zaangażowanej w la-tach 2000–2021
* Sztuka fotografii noworodkowej. Analiza komunikacji wizualnej na przykładzie wybranych mediów społecznościowych.
* Różnice w rozwoju social media w Stanach Zjednoczonych oraz w Gruzji

**dr Dawid Głownia**

* Czy fotografia powinna przedstawiać rzeczywistość?
* Koreańskie seriale i ich wpływ na idealizowanie koreańskich mężczyzn
* Wpływ filmu amerykańskiego na kształtowanie się kultury i światopoglądu społeczeństwa XXI wieku
* Postać final girl w slasherach jako reprezentacja konserwatywnych poglądów w amerykańskim społeczeństwie
* Wizerunek młodzieży w serialu ,,Skins” i jego wpływ na odbiorcę
* Wymagania wizerunkowe wobec K-Popowych idolek – Analiza wyniszczających ideałów kobiecości
* Zmiany w polskim teledysku hip-hopowym na przestrzeni ostatniego dwudziestolecia
* Wizerunek kobiecości w amerykańskim kinie grozy od drugiej połowy XX wieku
* Diabeł w popkulturze Motywy faustowskie oraz miltonowskie w wybranych tekstach kultury
* Przemiany w przedstawieniach grozy i mroku w animacjach dla dzieci od lat 80. XX wieku
* Kształtowanie i rozwój wizerunku Martina Garrixa jako DJ-a muzyki elektronicznej
* Współczesne seriale telewizyjne i ich wpływ na społeczeństwo
* Musical „Black Friday” jako przykład komentowania rzeczywistości w kulturze popularnej.
* Idole polskiej młodzieży i ich wizerunek w social media
* Nostalgia do lat 90. XX wieku we współczesnej popkulturze na wybranych przykładach filmowych i serialowych
* Subkultury lat 80. i 90. XX wieku i ich wpływ na współczesną popkulturę
* System gacha: Jak zarabiają darmowe gry na przykładzie „Genshin Impact”
* Recepcja serialu „Squid Game” i jego wpływ na wizerunek Korei Południowej w Polsce
* Techniki manipulacji medialnej w telewizji, na podstawie gry wideo „Not For Broadcast” i przykładów ze świata rzeczywistego

**dr Wojciech Sitek**

* Filmowe obrazy kampanii wrześniowej 1939 roku
* Komunikowanie kolorem w filmach Wesa Andersona
* Baśniowość w twórczości Tima Burtona
* Rola humoru we współczesnej kreacji postaci wampira. Analiza serialu Co robimy w ukryciu
* Obrazy przemocy w amerykańskim filmie postmodernistycznym oraz ich wpływ na kino najnowsze
* Teoria kolorów Krzysztofa Kieślowskiego. Symbolika barw w trylogii Trzy kolory
* Relacje między kulturami w wybranych filmach Jima Jarmuscha
* Normalizacja zaburzeń psychicznych w najnowszych filmach amerykańskich
* Lęk przed wojną jądrową jako motyw w grach wideo

**dr Kamil Olender**

* Rola portali społecznościowych w dostępie do edukacji seksualnej. Analiza profili sexed.pl oraz youknow.pl
* Content szyty na miarę- badanie i projekt portalu streamingowego skierowanego dla młodzieży
* Marketing lojalnościowy jako jeden z aspektów komunikacji marki na przykładzie marki H&M
* Optymalizacja stron internetowych jako metoda komunikacji marki
* Współczesne trendy w influencer marketingu w perspektywie osób młodych
* Funkcjonowanie marki w mediach społecznościowych w kontekście bieżących trendów
* Portal Twitch w kontekście bieżących trendów w komunikacji
* Analiza komunikacji marek modowych w obszarze influencer marketingu
* Różnice w stylu komunikacji firm w mediach społecznościowych. Analiza porównawcza komunikacji na TikToku i Facebooku
* Strategie manipulacyjne w przekazach medialnych na przykładzie telewizji
* Model subskrypcyjny nowych mediów na przykładzie Sportowego, Newonce Sport, 2AngryMen
* Content rozrywkowo-edukacyjny w serwisie YouTube w kontekście zainteresowań odbiorców w zakresie rozwoju osobistego. Analiza mediów wraz z propozycją strategii nowego kanału
* Personal brandingw strategii marki na przykładzie marki osobistej Red Lipstick Monster
* Komunikacja potrzeb u kobiet i mężczyzn w relacjach partnerskich w perspektywie różnych pokoleń.
* Advergaming i grywalizacja w komunikacji marketingowej

**dr hab. Urszula Glensk**

* Wpływ Szkoły Sztuk Pięknych na kulturę II RP
* O prawdzie i fikcji w reportażu
* Bykownia: historia zbrodni
* Mistrzowskie wywiady - rozmowy z zawodnikami i ich mechanikami z wrocławskiego klubu żużlowego Betard Sparty Wrocław
* Zmarnowana żywność i freeganizm

**dr Marcin Pielużek**

* Zależność między autowizerunkiem pracownika a opinią kliencką
* Wizerunek Polaków opisany przez Bartosza Walaszka w serialu „Blok Ekipa"
* Charakterystyka komunikacji wizualnej marki na przykładzie Artii Akademii Artystycznej
* Budowanie marki osobistej w mediach społecznościowych na przykładzie Joanny Okuniewskiej
* Budowanie wizerunku graczy komputerowych
* Wizerunek produktów konopnych w Polsce
* Michael Jordan - współczesny wizerunek ikony lat 90. wśród fanów koszykówki
* Dostrzegalność billboardów w przestrzeni miejskiej
* Analiza komunikacji trener-zawodnik
* Wizerunek współczesnego pasażera z perspektywy personelu pokładowego
* Badanie wizerunku organizacji Otwarte Klatki
* Faszyzm, jego postrzeganie i definiowanie we współczesnej Polsce wśród młodych osób
* Stereotypizacja kobiet w reklamie na przykładzie współczesnych reklam perfum
* Edukacja seksualna w popkulturze. Jak serial Sex Education komunikuje o seksualności?
* Kultura słuchania muzyki
* Wizerunek Polski wśród mieszkańców Białorusi, Rosji i Ukrainy
* Porównanie strategii komunikacyjnych i wizerunkowych zespołu Måneskin przed i po wygraniu Eurowizji
* Wizerunek kobiet i mężczyzn w reklamach perfum
* Wpływ opinii na funkcjonowanie sklepu internetowego

**dr Patrycja Rozbicka**

* Wizerunek osób bezdzietnych. Jak postrzegani są bezdzietni przez samych siebie i resztę społeczeństwa?
* Jak zmieniał się wizerunek kobiety w kinie komiksowym na przykładzie Czarnej Wdowy
* RuPaul's Drag Race – fenomen i wizerunek programu na przestrzeni lat
* Społeczna odpowiedzialność biznesu - trendy ekologiczne jako narzędzie marketingowe
* Analiza i interpretacja sposobu przedstawiania introwersji w literaturze adresowanej do introwertyków
* Wzorce męskości w kampaniach reklamowych kosmetyków do makijażu
* Przedstawienia kobiet w reklamie a stereotypy płciowe i seksualizacja
* Polska 2050 Szymona Hołowni - partia na miarę XXI wieku? Analiza komunikacji i wizerunku partii politycznej
* Seksualność Polaków a postrzeganie przez nich branży pornograficznej. Analiza wizerunku marek pornograficznych oraz branży pornograficznej w oczach Polek i Polaków
* Strategia komunikacji dla restauracji Bernardowo
* Freeganizm jako subkultura w postrzeganiu społeczeństwa polskiego
* Aplikacja randkowa jako narzędzie komunikacji i miejsce nawiązywania nowych znajomości - analiza na przykładzie aplikacji Tinder
* Badanie i analiza marek na rynku skate&street w Polsce
* Wizerunkowe zmiany w postrzeganiu marek - proces rebrandingu na przykładzie firmy VULCAN
* Rola Marketingu sensorycznego w budowaniu marki oraz wpływu na wybory konsumenckie w branży spożywczej
* Włosowe szaleństwo - prototyp aplikacji dla włosomaniaczek
* Rola opakowań w kształtowaniu zachowań nabywczych/wyborów konsumenckich
* Jeden produkt, wiele potrzeb - Torba IKEA FRAKTA atrybutem płynnego pokolenia

**dr Karolina Lachowska**

* Information Design w przestrzeni publicznej - projekt systemu oznaczeń  dla pasażerów na dworcu głównym w Poznaniu
* Zwrot ku lokalności jako trend w konsumpcji
* Współczesny bunt. Projekt zina poświęcony formom oraz motywacjom buntu pokolenia z
* Kreowanie marki w branży rękodzielniczej
* Strategia marki w E-commerce
* Obraz konfliktu na granicy polsko-białoruskiej w mediach
* Product placement- analiza wybranych przykładów
* Seksizm w reklamie -analiza wybranych przykładów
* Kreowanie marki agencji reklamowej
* Co sprzedają programy reality show? Analiza formatu
* Strategia komunikacji marki wspomagającej rozwój dzieci z autyzmem
* Starbucks analiza strategii komunikacji marki
* Storytelling w reklamach świątecznych
* Obraz kobiety w przekazach marki Victoria’s Secret
* Archetypy marki - analiza wybranych przykładów
* Kryzysy wizerunkowe i ich wpływ na późniejszy odbiór marki
* Wizerunek klubu muzycznego Drugie Dno wśród wrocławskich studentów

**dr Małgorzata Czapiga-Klag**

* Zjawisko trollingu w polskim internecie
* Coming of age w kinie XX i XXI wieku
* Pop-punk jako subkultura
* Problemy komunikacji wizualnej tatuaży

**dr Dorota Kokowicz**

* Kształtowanie wizerunku zakładu pogrzebowego w praktyce
* Wizerunek osób otyłych nagrywających na TikToku na przykładzie trzech profili
* Manipulacja i perswazja w aplikacji “Tiktok” na przykładzie marki “Zaśnik
* Wizerunek Roberta Lewandowskiego wśród stduentów Uniwersytetu Wrocławskiego
* Rozwój fotograficznej marki osobistej w oparciu o Instagram na podstawie konta Basiolandia Photography
* Rola eventu w kształtowaniu wizerunku firmy na przykładzie Związku Pracodawców Polska Miedź
* Marki osobiste i ich dzieci - o fenomenie personal brandu na przykładzie marki jana wedla
* Wizerunek Polaków wśród studentów portugalskich
* Kreowanie wizerunku marki Tesla w mediach społecznościowych
* Wizerunek migrantów przebywających na granicy polsko-białoruskiej podczas konfliktu w latach 2021-2022 w oczach studentów Bezpieczeństwa Narodowego i Dziennikarstwa na Uniwersytecie Wrocławskim
* Kryzys migracyjnym na granicy polsko-białoruskiej w czeskim przekazie medialnym.
* Wykorzystanie marketingu internetowego na przykładzie Facebooka Koku Sushi Leszno
* Kształtowanie wizerunku marki poprzez współpracę z celebrytami na przykładzie firmy Swarovski
* Wizerunek marki Sieradz wśród mieszkańców w przedziale wiekowym 18-25
* Wizerunek Polaków wśród białoruskich emigrantów
* Znacznie symboli w komunikacji wizerunku Częstochowy
* Wizerunek produktów wegańskich w ofercie marek niewegańskich na przykładzie kabanosów roślinnych Tarczyński
* Rola mediów publicznych w kształtowaniu opinii publicznej na przykładzie programu "Gość Wiadomości" w TVP Info w I kwartale 2022 roku - problem pluralizmu
* Autowizerunek pilotki wycieczek, czyli jak kobieca część tej grupy zawodowej postrzega siebie i swoją rolę
* Wpływ wybranych działań komunikacyjnych w obszarze mediów społecznościowych na wizerunek marki na przykładzie wydawnictwa młodzieżowego We Need YA
* Wizerunek Rekrutera IT w executive search

**dr Roman Wróblewski**

* Techniki sprzedażowe w branży nieruchomości
* Wizerunek Manchesteru United w mediach społecznościowych
* Perswazja w komunikacji banków z klientami na przykładzie Banku Milennium
* Prognozy covidowe jako nowy gatunek dziennikarski
* Medialny obraz „informacji”
* Analiza i charakterystyka prasy nielegalnej w Świdnicy w latach 1980-1990
* Komunikacja wizualna imprezy cyklicznej Wixapol
* Ewolucja polskiej debaty politycznej na podstawie wybranych debat prezydenckich
* Różnice w komunikacji interpersonalnej osób z wysokim lub niskim czynnikiem psychopatii według skali Levensona
* Kreacja strategii komunikacji marki dla stowarzyszenia Attentio
* Działania public relations w wydawnictwach książkowych na przykładzie Wydawnictwa Otwartego
* Ewolucja wizerunku zawodników sportów walki na przykładzie Conona McGregora
* Zjawisko greenwashingu w polskich reklamach

**dr Michał Rydlewski**

* Kultura narzekania w wymiarze komunikacyjnym
* Czy Internet stworzył rap? Geneza nowych praktyk w polskim hip-hopie
* „Zodiakary” – współczesne wiedźmy? Renesans pradawnej kultury słowiańskiej i praktyk ezoterycznych w internetowym świecie pokolenia Z
* Renesans astrologii w kulturze współczesnej
* Renesans fantazmatu czarownicy w kulturze współczesnej. Geneza, symbolika i funkcje społeczne
* Pokolenie Disney Channel – rewolucja (w) telewizji dziecięcej
* Czy kobiety pragną kiczu? O podwójnej infantylizacji kobiet w popkulturze
* Fenomen true crime. Analiza gatunku oraz jego odbiorców (przypadek Polski)
* Kobieca seksualność jako czynnik wpływu na percepcję morderczyń
* Społeczeństwo obywatelskie czy anarchistyczne? Działalność grup „łowców pedofilów” oraz ich odbiór przez różne grupy społeczne
* Czy polityk może być wkurwiony? Wizerunek Marty Lempart a polityczna porażka Strajku Kobiet. Przyczynek do krytyki marketingu politycznego.
* Fandom – potrzeba eskapizmu czy potrzeba przynależności?
* Normalizowanie hybristofilii w popkulturze
* Family vlog – geneza gatunku medialnego. Prawdziwa relacja życia rodzinnego czy sfabularyzowana kreacja?
* Idea shared mobility jako nowa jakość podróżowania i transportu. Perspektywa komunikacyjno-kulturowa.
* Wykorzystanie wizerunku osób publicznych w kampaniach reklamowych. Analiza sprzedażowego sukcesu marki
* Społeczna potrzeba oraz możliwość weryfikowania informacji medialnych
* Bezrefleksyjne przyjmowanie rzeczywistości kreowanej przez popularne obrazy filmowe
* Ciałopozytywność – analiza zjawiska społecznego na podstawie kampanii reklamowych marek modowych oraz marek beauty
* Diagnoza komunikacji oraz ocena jej skuteczności na przykładzie organizacji prozwierzęcj „Fundacja Centaurus”

**dr Tomasz Nowak**

* Propaganda w służbie polityki wykluczenia (na przykładzie państw totalitarnych)
Próba definicji plakatu aktywistycznego na przykładzie działalności polskich "Plakaciar"
* Recepcja serialu "Wiedźmin" wśród polskich widzów w kontekście różnic między światem przedstawionym w produkcji Netflixa a w książkach A. Sapkowskiego
* Socjolekt zawodników piłki ręcznej
* Komentarz esportowy jako gatunek dziennikarski
* Norma znaczeniowa w mediach społecznościowych na przykładzie wybranych wyrażeń
* Wizerunek matki celebrytki we współczesnych mediach

**prof. Leszek Pułka**

* Wpływ opinii użytkowników na funkcjonowanie sklepu internetowego
* Memy internetowe jako specjalne narzędzie komunikacji
* Obraz społeczeństwa w świecie wirtualnym na przykładzie trendów na platformie TikTok wśród pokolenia Z
* Społeczny odbiór reklamy wśród pokolenia Z – wybrane przykłady
* Tatuażysta jako influencer w przestrzeni polskich mediów społecznościowych – wybrane przykłady
* Budowanie wizerunku marki modowej Kubota. Proces rebrandingu
* Rebranding i zmiana wizerunku marki na przykładzie firmy CCC
* Komunikacja jako nieodłączny element efektywnej sprzedaży na przykładzie marki Ecco
* Rola efektywnej komunikacji w rozmowie windykacyjnej na podstawie praktyk w kancelarii K.

**dr Małgorzata Kolankowska**

* Master Chef i Top Chef – analiza porównawcza programów kulinarnych
* Wizerunek kobiety w biznesie na przykładzie działalności Izabeli Janachowskiej
* Budowanie wizerunku młodego twórcy w mediach społecznościowych na przykładzie Jakuba Chuptysia
* Wizerunek doradcy finansowego na przykładzie firmy DI Xelion
* Wpływ kryzysu wizerunkowego na tożsamość marki na przykładzie Veclaim
* Emocje w reklamie na przykładzie marki Coca-Cola

**dr Łukasz Żukowski**

* Negatywny i pozytywny wpływ mediów społecznościowych na młode pokolenie. Wpływ osób znanych na odbiór reklamy
* Wpływ mass mediów na życie społeczne i style życia
* Społeczna rola mediów a teorie spiskowe

**dr Łukasz Śmigiel**

* Ewolucja struktury organizacyjnej i nadawczej Radia ESKA po roku 2000
* Analiza porównawcza medialnych spotów wyborczych Andrzeja Dudy oraz Rafała Trzaskowskiego opublikowanych w czasie kampanii prezydenckiej 2020 r
* Wybrane sytuacje kryzysowe na polskim rynku gier video w latach 2014-2020
* Analiza medialnego wizerunku czasopisma Vogue na podstawie okładek polskiej edycji z lat 2018-2020.
* Ewolucja struktury organizacyjnej i nadawczej Radia ESKA po roku 2000.
* Kreowanie marki osobistej artysty muzyka w mediach oraz wpływ tego procesu na powstawanie ruchów fanowskich.
* Analiza komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej marki „Your Kaya” w latach 2018-2021.
* Wpływ zjawiska medialnego „Influencingu” na kształtowanie się postaw społecznych Pokolenia Z w Polsce. Studium przypadku.
* Rozwój i przemiany przemysłu fonograficznego w Polsce po roku 2000.
* Analiza wybranych aspektów personal brandingu w procesie kreacji ambasadorów marek.
* Wpływ wybranych mechanizmów działania platformy TikTok na zachowania konsumenckie Pokolenia Z oraz na relacje z markami.
* Nowoczesne formy budowania wizerunku na rynku książki w latach 2015-2020.

**dr Paweł Baranowski**

* Wpływ mediów na rozpoznawalność polskiej siatkówki w sporcie
* Tiktok jako narzędzie marketingowe na przykładzie aplikacji Duolingo
* Wpływ trendu mody zrównoważonej na komunikację w branży modowej na przykładzie marki H&M
* Porównanie odbioru programów podróżniczych w mediach tradycyjnych z kanałami na YouTube
* Zjawisko greenwashingu a zachowania konsumenckie pokolenia Z
* Analiza komunikacji sklepów branży ASG w Azji, Europie i USA na przykładzie marek

Taiwangun, Redwolf Airsoft i Evike

* Wizerunek aplikacji randkowych w opinii studentów Uniwersytetu Wrocławskiego

**dr hab. Michał Grech**

* Badanie wizerunku marki Apple.
* Jak wygląda komunikacja interpersonalna w związkach?
* Badanie i analiza wizerunku Miasta Kłodzko
* Badanie wizerunku marki na przykładzie marki Apple
* Zjawisko Małyszomanii - fenomen komunikacyjny
* Kryptowaluty - Percepcja i wizerunek
* Doświadczenia użytkownika (UX) i dostępność stron UWR
* Badanie wizerunku fundacji Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy
* Rola i znaczenie komunikacji wewnętrznej na przykładzie spółki Tauron Ekoenergia
* Badanie wizerunku klubu siatkarskiego Grupa Azoty ZAKSA Kędzierzyn-Koźle

**dr Dawid Szkoła**

* Komunikacja wizerunkowa marki luksusowej na przykładzie Louis Vuitton
* Wizerunek śmierci na przestrzeni wieków. Od śmierci skalanej po wirtualne cmentarze
* Wizerunek kobiety prawnika w polskiej popkulturze (na podstawie Joanny Chyłki)
* Immersyjność cyfrowych światów. Environmental storytelling w grach wideo
* Media społecznościowe jako narzędzie reklamy