

Zapisy na przedmiot: Seminarium magisterskie

W semestrze letnim 2023/2024 zapisy obowiązują studentów I roku studiów drugiego stopnia kierunków Dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz Komunikacja wizerunkowa – zapisy do konkretnych wykładowców - 13 prowadzących - limit 10 osób.

Termin weryfikacji: 13.02.2024 r. od godz. 10:00 do dnia 14.02.2024 r. do godz. 23.59

Zapisy odbywają się w dniach 15.02.2024r. od godz. 11.00 do 16.02.2024r. do godz. 23.59.

Poniżej znajduje się lista wykładowców wraz z opisem tematyki seminariów.

1) prof. Urszula Glensk

Zapraszam na seminarium, na którym można pisać własne, autorskie teksty literackie. Dzięki temu czasem powstają ciekawe cykle rozmów, reportaże albo eseje, których twórcy stają się równocześnie autorami prac dyplomowych jak i młodymi pisarzami.

Studenci, chcący realizować się w bardziej tradycyjnych formach analityczno-interpretacyjnych, mogą wybrać tematy wokół książek lub mediów, nowych i starych. Respektuję indywidualne zainteresowania Seminarzystów, mających realny wpływ na wybór zagadnień, którym chcą poświęcić swoje prace dyplomowe.

Aktywnie wspomagam Studentów w redagowaniu i dopracowywaniu tekstów – nie muszą być długie, ale powinny być poprawnie napisane.

Seminarzyści, uczestniczący w moich zajęciach, kończą prace w terminie.

Pisanie może być twórczą przyjemnością!

2) prof. Arkadiusz Lewicki

Na seminarium podejmowane będą tematy związane z szeroko pojętą komunikacją audio-wizualną. Film, telewizja, radio, reklama, tworzenie wizerunków marek czy firm, sposoby wizualnej promocji, wszystkie te tematy związane są z komunikacją zapośredniczoną przez sferę obrazową i stanowią mogą podstawę powstających na seminarium prac magisterskich.

3) prof. Jędrzej Morawiecki

Tematyka: Badania empiryczne.

Możemy pracować razem nad badaniem recepcji szeroko rozumianych przekazów medialnych. Możemy identyfikować determinanty ich produkcji. Możemy wreszcie opisywać środowisko wytwórców tych komunikatów (np. reporterek, dziennikarzy, działów PR etc.) i spojrzeć na te grupy czy kategorie z perspektywy socjologicznej. Możemy jednak również zająć się badaniami konsumenckimi czy komunikacyjnym case study. Warunki wejściowe na naszym seminarium to: wybór sposobu próbkowania, koncentracja na studium przypadku, projektowanie pomiaru (operacjonalizacja badań terenowych; nie dopuszczam prac teoretycznych czy deskryptywnych).

4) dr hab. Katarzyna Konarska

Tematyka seminarium obejmuje takie zagadnienia jak: komunikacja marketingowa, komunikowanie wizerunku, komunikowanie polityczne, media a polityka, systemy medialne i współczesne media i dziennikarstwo, a także analizę dyskursu. W ramach seminarium możliwe jest realizowanie także innym tematów w uzgodnieniu z promotorem. Zajęcia mają charakter przede wszystkim pracy indywidualnej ze studentem. W 1 semestrze odbywają się wspólne dla wszystkich spotkania, podczas których omawiane są formalne (językowe, metodologiczne, merytoryczne) i techniczne aspekty

pisania pracy naukowej. Następnie podczas indywidualnych spotkań seminaryjnych ustalany jest temat i zakres pracy. Na zakończenie 1 semestru studenci muszą przedstawić 1 rozdział pracy (do września). Na zakończenie 2 semestru 2 rozdział i część 3 rozdziału. Warunkiem wystawienia zaliczenia w ostatnim semestrze jest przedstawienie pracy w całości.

5) prof. Michał Grech

Temat: Oceny, opinie i wartościowanie jako istotny składnik komunikatów

W ramach seminarium skupimy się na problematyce opinii, ocen i wartościowania w komunikacji. Niemniej jednak w ramach seminarium uczestnicy mogą podejmować różne, wybrane tematy w konsultacji w promotorem.

Seminarium ma uczestnikom pomóc zarówno w rozwoju własnych problemów badawczych, jak i w znalezieniu odpowiedzi na podstawowe pytania towarzyszące przygotowaniu samodzielnej pracy badawczej.

Założonym efektem seminarium jest umiejętność wykorzystania zdobytych w ramach studiów umiejętności i kompetencji by w zestawieniu z wymaganym w pracy magisterskiej kontekstem teoretycznym zrealizować samodzielne badanie empiryczne bądź projekt praktyczny.

Seminarium rozpocznie się od wprowadzenia do pracy naukowej oraz powtórzenia podstawowej wiedzy teoretycznej. Kolejnym istotnym elementem są ćwiczenia myślenia i obserwowania naukowego. Etap ten przygotowuje do szukaniem tematów oraz opracowaniem exposé, które równocześnie, razem z opracowanymi ćwiczeniami, stanowić będą o zaliczeniu pierwszego semestru.

6) prof. Karol Maliszewski

Literatura-kultura-komunikacja

(pisarz jako figura medialna, książka jako produkt, literatura a nowe media, promocja literatury, współczesne miejsce literatury w kulturze, ekranizacje literatury, creative writing, krytyka literacka i artystyczna, czasopisma i blogi literackie, publicystyka kulturalna, felieton jako gatunek literacki, esej i eseistyka, Dolny Śląsk jako kraina literacka, Wrocław w literaturze współczesnej itp.)

7) dr hab. Adam Szynol

Tematyka: "Polskie media i dziennikarstwo w cyfrowej erze"

Zadaniem trzysemestralnego seminarium jest przygotowanie wartościowej i merytorycznie poprawnej pracy magisterskiej, której tematyka mieści się w dziedzinie nauk o komunikowaniu społecznym i mediach. Pierwszy semestr skupia się głównie na kwestiach koncepcyjnych i metodologicznych. Uczestnicy zapoznają się z wymogami pisania prac naukowych, wspólnie z prowadzącym ustalają tematykę dysertacji i zakres dostępnej bibliografii. Kolejne dwa semestry to stopniowa realizacja zaakceptowanej wcześniej koncepcji badawczej, rozwiązywanie ewentualnych problemów i przygotowanie do obrony pracy magisterskiej.

8) dr Michał Rydlewski

Seminarium magisterskie poświęcone jest zagadnieniom związanym ze społeczną odpowiedzialnością biznesu (CSR), relacjami pomiędzy kulturą, biznesem, marketingiem a rynkiem pracy oraz kulturowymi przemianami, które rzutują na zmiany w marketingu, sposobach prowadzenia biznesu. Kładzie się nacisk na tezę, iż bez zrozumienia pewnych procesów w kulturze, łącznie ze zmianami pokoleniowymi oraz technologicznymi, nie jest możliwe odpowiednie sprofilowanie marketingu, a także odpowiednie rozumienie rynku pracy, rozwój klasy kreatywnej etc. Seminarium ma na celu

pokazanie, jak pisać w marketingu, komunikacji wizerunkowej, PR w perspektywie sieciowej, tj. uwzględniającej heterogeniczną sieć relacji, w którą są one uwikłane.

9) dr Karolina Lachowska

Tematyka: Projektowanie komunikacji - corporate identity - badania empiryczne

Tematyka seminarium obejmować będzie szeroko rozumiane projektowanie komunikacji, konstrukcję rzeczywistości (także przez media), mediatyzację życia społecznego, a także zagadnienia z zakresu corporate identity i badania wizerunku. Spotkania seminaryjne traktowane będą jako miejsce współpracy. Studenci na podstawie zagadnień omawianych podczas zajęć, swoich doświadczeń i zainteresowań wybiorą tematy, nad którymi pracować będą przez dwa semestry. Studenci mogą realizować tematy zarówno projektowe, jak i badawcze, wykorzystując przy tym metody badań ilościowych i jakościowych. Podczas pierwszych spotkań omówione zostaną podstawowe zasady pisania prac dyplomowych (np. struktura i format pracy, tworzenie przypisów bibliograficznych, sposoby prezentacji danych) oraz źródła informacji naukowej.

10) dr hab. Annette Siemes

Pierwszy semestr seminarium magisterskiego służy do orientacji z uwagi na możliwe tematy prac oraz do przygotowania kolejnych kroków. W zależności od indywidualnych zainteresowań nacisk leży na powtórzeniu/pogłębieniu podstaw teoretycznych lub na omówieniu wybranych tematów z zakresu badań i projektowania komunikacji oraz zagadnień dotyczących *transformation design* w kontekście badań komunikacji.

Na podstawie omówionych na zajęciach podstaw teoretycznych i metodologicznych oraz przykładów badań empirycznych uczestnicy samodzielnie wybierają, określają i opracowują temat swoich badań. Prace/badania empiryczne mogą dotyczyć:

- konstruktów lub innych elementów komunikacji (symboli kolektywnych, semantyki określonych pojęć itp.),
- wizerunku i *corporate identity*,
- użytkowania mediów,
- pop-/subkultury,
- badań normalności.

Możliwe są także prace projektowe w zakresie wyżej wymienionych tematów. Projekty powinny być opracowane w kontekście teorii komunikacji i planowania strategicznego oraz związane z badaniem przygotowującym lub ewaluacyjnym.

11) dr Dominik Lewiński

Tematyka: „Dyskursy mediów. Badania empiryczne”

Zajęcia seminaryjne będą poświęcone procesom mediatyzacji dyskursów. Dyskursy będą rekonstruowane na poziomie własnych formacji i komunikacyjnych orientacji funkcjonalnych; będą analizowane w ramach formuł kontyngencji, kodów, korpusów tekstów i wypowiedzi. Powstałe prace będą empirycznymi sprawozdaniami z repertuaru przetwarzanych medialnie dyskursów, ich zawartości, dynamiki sprzężeń strukturalnych i koniunktur symbolicznych.

12) dr Paweł Baranowski

Seminarium magisterskie skupia się na empirycznej analizie mediów, kładąc szczególny nacisk na samodzielne badania, zwłaszcza o charakterze ilościowym. Zapraszam osoby zainteresowane analizą zawartości mediów, metodami ankietowymi, nowymi mediami, komunikowaniem politycznym, reklamą, komunikowaniem marek w mediach społecznościowych czy teorią i praktyką dziennikarstwa.

Treść seminarium: Wybór tematu. Konstrukcja pracy dyplomowej i wymogi redakcyjne. Metodologia badań. Konceptualizacja pracy magisterskiej. Poszukiwanie źródeł i edycja pracy licencjackiej.

13) dr Waldemar Bojakowski

Tematyka: Kultura marki/diagnostyka trendów/badania rynku i komunikacji marki

Podczas spotkań seminaryjnych zajmiemy się najważniejszymi aspektami tworzenia prac naukowych/projektowych. Poruszymy zagadnienia związane z formułowaniem problemu badawczego, metodologią/strategią badawczą oraz doбором adekwatnych metod badań jakościowych. Zwrócimy również uwagę na techniczną stronę pisania i edytowania pracy dyplomowej. Podczas seminarium studenci otrzymają wsparcie merytoryczne na każdym etapie rozwijania autorskiego tematu pracy dyplomowej.

Warunkiem zaliczenia pierwszego semestru będzie stworzenie szczegółowego konspektu pracy (wraz z adekwatną literaturą przedmiotu i opisem materiału badawczego) oraz przedłożenie do recenzji pierwszego rozdziału.

Proszę o sprawdzenie na swoich indywidualnych kontaktach w USOS dostępu na zapisy na przedmiot: Seminarium magisterskie 21-DKS-KW-S2-E2-SE.

Jeżeli przedmiot nie będzie widoczny proszę o maila na adres: dkskw.rejestracja@gmail.com

Proszę o podanie: nazwiska, specjalności i numeru albumu!