

## **PYTANIA NA EGZAMIN DYPLOMOWY**

**kierunek: DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA**

**specjalność: KREOWANIE WIZERUNKU I REKLAMA**

(obowiązują studentów, którzy rozpoczęli studia w roku akademickim 2015/2016 oraz 2016/2017)

### **Przedmioty kierunkowe**

1. Opisz społeczne skutki zmiany systemowej w Polsce
2. Wymień i opisz najważniejsze etapy rozwoju mediów na przestrzeni dziejów do XX w.
3. Na wybranym przykładzie opisz zjawisko funkcjonowania światowego koncernu medialnego.
4. Określ i omów zakres przedmiotowy prawa własności intelektualnej.
5. Na podstawie znanych źródeł prawa określ i omów obowiązki oraz prawa dziennikarzy.
6. Przedstaw istotę rozwoju sytuacji kryzysowej oraz fazy zarządzania kryzysowego.
7. Wymień i omów podstawowe funkcje zarządzania.
8. Rola gatunków informacyjnych i publicystycznych we współczesnym dziennikarstwie prasowym, radiowym i telewizyjnym.
9. Oceń, w jakim kierunku będą się rozwijały współczesne gatunki dziennikarskie.
10. Kultura języka – utrapienie studenta dziennikarstwa czy konieczność zawodowa?
11. Na czym polega współczesna transformacja komunikacji, w związku z rozwojem nowych mediów?
12. Przedstaw znaczenie komunikacji wewnętrznej oraz narzędzia jej diagnozy.
13. Gatunki dziennikarstwa internetowego oraz narzędzia e-PR.
14. Omów podstawowe wartości w zawodzie dziennikarza.
15. Stosując jeden z poznanych modeli procesu komunikacyjnego, omów wybrane przez siebie zjawisko.
16. Omów wyznaczniki językowe tekstów informacyjnych i perswazyjnych.
17. Omów istotę znanej metody badawczej określanej jako analiza zawartości.
18. Komunikat jako technika public relations: istota, cele, zalety, wady.
19. Konferencja prasowa jako technika public relations: istota, cele, zalety, wady.
20. Charakterystyka tożsamości i wizerunku firmy.

## **Przedmioty specjalnościowe**

1. Logika mediów i pragmatyzm komunikacyjny a media relations.
2. Media relations jako sposób kreowania wizerunku organizacji.
3. Wskaż wpływ rewolucji cyfrowej na budowanie relacji z mediami .
4. Omów zasady budowania właściwych relacji rzecznika prasowego z mediami.
5. Czym charakteryzuje się jakościowa analiza treści?
6. Na czym polega sprawdzanie prawdziwości informacji w przypadku fake-news'ów?
7. Co należy zrobić, by dokonać analizy informacji w mediach dotyczących wybranej organizacji lub branży (określ etapy pracy badawczej).
8. Wymień kluczowe obszary, w których realizuje się Społeczną Odpowiedzialność Biznesu i uzasadnij, dlaczego są to właśnie te obszary
9. Omów relację pomiędzy CSR a tzw. zrównoważonym rozwojem .
10. Czym są teksty użytkowe i czym różnią się od literackich?
11. Omów zasady pisania tekstów użytkowych?
12. Omów i wymień funkcje języka w tekstach użytkowych.
13. Scharakteryzuj specyfikę języka stosowanego w reklamie.
14. Zdefiniuj terminy: denotacja i konotacja. Jakie znaczenie mają konotacje w reklamie?
15. Opisz proces opracowania strategii promocji.
16. Opisz proces opracowania kampanii reklamowej.
17. Omów wady i zalety reklamy telewizyjnej i prasowej, wskazując jednocześnie znaczenie specyfiki poszczególnych form reklamy podczas procesu tworzenia kampanii reklamowej
18. Opisz proces powstawania apelu reklamowego, definiując jednocześnie to pojęcie.
19. Omów zasady tworzenia skutecznej reklamy.
20. Omów rolę mediów społecznościowych w kreowaniu wizerunku organizacji pozarządowych.