**Proponowane tematy prac licencjackich na kierunkach dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz komunikacja wizerunkowa: III rok/I stopień, rok akademicki 2019/2020, studia stacjonarne i niestacjonarne:**

**Dr Michał Rydlewski**

* Medialny fenomen szarlatana a dyskurs naukowy
* Wizerunek kobiety oraz jego odbiór na przykładzie wybranych reklam koncernów kosmetycznych.
* Mali dorośli w objęciach konsumpcji, czyli co zmediatyzowana kultura robi z dziećmi i dzieciństwem
* Techno i Rave - pomiędzy subkulturą a fenomenem społecznym
* Paradoksy intymności w kulturze współczesnej
* Telewizyjna rzeczywistość. Obraz relacji międzyludzkich na przykładzie wybranych reality show
* Typograficzny krajobraz konstrukcji reklamowych na budynkach Wrocławia
* Sposoby udomawiania przestrzeni na podstawie mieszkań studenckich
* Niełatwa komunikacja . Funkcjonowanie osób z zespołem Aspergera na uniwersytecie
* Chrześcijańska tradycja czy marketingowy event? Święta Bożego Narodzenia w objęciach konsumpcji
* Czarne kobiety na białym tle. Wizerunki czarnego feminizmu
* Być specjalistą od wizerunku - profilowanie kryminalne a profilowanie klienta
* Media jako czynnik zacierający granicę pomiędzy sferą publiczną a sferą prywatną. Wybrane przykłady dziennikarzy i nauczycieli akademickich
* Uniwersum współczesnych błaznów. Kultura egocentryzmu jako klej społeczny popkultury
* Oblicza współczesnej pracy seksualnej w Polsce. Analiza wybranych aspektów
* Wpływ konsumpcjonizmu na świadomość komunikacji interpersonalnej konsumentów
* Nowe formy związków intymnych w kulturze współczesnej: od swingersów do poliamorii
* Feniksy sportu. Nierówna droga do zwycięstwa
* Media a śmierć. Seryjny morderca jako ikona popkultury
* Opis gęsty rasizmu. Analiza wybranych obrazów Afroamerykanów w filmie amerykańskim

**Prof. dr hab. Michael Fleischer**

* Analiza typografii w polskiej grafice użytkowej w latach 1950-1989
* Koncepcja lokalu gastronomicznego na podstawie service design
* Wpływ osobowości szkoleniowca na osiągane wyniki sportowe na przykładzie piłki siatkowej
* Promowanie współczesnych ośrodków edukacji wyższej na przykładzie uczelni wrocławskich
* Koloryzm w mediach społecznościowych, czyli jak obecne kanony piękna dyskryminują czarnoskóre kobiety

**Dr Agnieszka Zwiefka-Chwałek**

* Autorska adaptacja „Anny Kareniny” według Joe Wrighta w świetle analizy multimodalnej i teorii monomitu.
* Product placement w filmach i serialach na przykładzie serialu "Dom z papieru".
* Manosfera jako odpowiedź na kryzys męskości

**Dr Dominik Lewiński**

* Brand Book marki „Luna Covrigaria”
* Rola komunikacyjna elementów interfejsu aplikacji komputerowych
* Detabuizacja menstruacji - multimodalna analiza dyskursu w reklamie
* Kobiecość i męskość w kontekście bezdzietności z wyboru. Analiza mediów
* Ciałopozytywność. Krytyczna analiza dyskursu
* Poetyka seriali kryminalnych
* Dyskurs multikulturowości. Konteksty, rozwój, krytyka
* LGBT - Krytyczna multimodalna analiza dyskursu w przekazach prawicowych
* Dyskurs LGBT w odniesieniu do normalności.Analiza komentarzy internetowych.
* Brandbook marki „Maluchem przez Wrocław”
* Dyskurs indywidualizmu w poradnikach rozwoju osobistego
* Współczesne macierzyństwo w ujęciu dyskursywnym
* Konsumpcja w dobie kultury indywidualizmu
* „Brand book marki Versus”

**Dr Marcin Pielużek**

* Wpływ merchandisingu na decyzje zakupowe konsumentów w branży odzieżowej
* Badanie wizerunku usługi wypożyczania hulajnóg elektrycznych i jej użytkowników w polskich miastach
* Storytelling w materiałach audiowizualnych
* Kulturystyka-wizerunek wśród kobiet
* „Madka” – charakterystyka nowego dyskursu na temat macierzyństwa
* Nawyki konsumentów a zrównoważony rozwój
* Media społecznościowe w budowaniu wizerunku marki na przykładzie firmy Sephora
* Sposób postrzegania programu wymiany studenckiej Erasmus przez polskich i zagranicznych studentów
* Rave, który łączy - stereotyp, który dzieli
* TYPOLOGIA KOSMETYKÓW NATURALNYCH A ICH POSTRZEGANIE PRZEZ KONSUMENTÓW
* Best boyband since One Direction. Redefinicja semantyczna pojęcia boysbandu na przykładzie Brockhampton
* EWOLUCJA MODELU KOBIECOŚCI W CYKLU KSIĘŻNICZEK DISNEYA
* Wpływ historii oraz mitu subkultury techno na wygląd współczesnych techno klubów - na przykładzie wybranych klubów berlińskich i polskich
* Wykorzystanie polskich oznaczeń na powierzchni opakowań produktów spożywczych, ich dostrzegalność oraz analiza wizerunku polskich produktów spożywczych

**Dr hab. Michał Grech**

* Wizerunek bibliotek
* Czynniki determinujące zaufanie w zagranicznym e-handlu (cross-border ecommmerce)
* BADANIE WIZERUNKU KAMILA STOCHA
* WIZERUNEK KINA NOWE HORYZONTY

**Dr Paweł Pawiński**

* Model kobiecości w kampanii Giorgio Armani Si Passione
* Brandbook marki New Normal
* Rekonstrukcja komunikacji wybranych marek pod kątem komunikacji z potencjalnymi odbiorcami z senioralnej grupy wiekowej
* Depresja jako środek kontestowania męskości hegemonicznej w twórczości młodego π
* Analiza typów uczestnictwa w wirtualnej społeczności maniaków
* Przełamywanie granic w konstrukcie kulturowym płci na podstawie prototypu marki Blend
* Projektowanie niezwykłych doświadczeń. Analiza wybranych przedstawień wizualnych na przykładzie marki Airbnb
* Zjawisko Corporate Social Responsibility – studium przypadku marki Patagonia
* Strategia kulturowa Douglasa Holta na przykładzie komunikacji marki Your KAYA
* Strategie naprawy wizerunku w filmach z przeprosinami youtuberów

**Dr Paweł Urbaniak**

* Kreowanie wizerunku artysty na przykładzie Dalidy
* "To był dla nas inny świat". Warsztat pracy nad reportażem historycznym o "dzieciach wojny" z Chełmska Śląskiego
* Wrocławska niezależna scena muzyczna 1979-1989
* Analiza zjawiska cenzury w okresie PRL na podstawie muzyki rozrywkowej
* Terapeutyczna moc słowa. Czy pisaniem można wyleczyć problemy ludzkiej psychiki?
* Handel kobietami. Dwie strony współczesnego niewolnictwa seksualnego
* Influencer marketing – jak współpraca z twórcami internetowymi wpływa na sukces marki
* Społeczne uwarunkowania uczestnictwa w challenge’ach internetowych
* Zaburzenie relacji damsko-męskiej w wyniku zmiany w wizerunku kobiety i mężczyzny w świetle koncepcji Gender

**Dr Adam Szynol**

* Czy YouTube jest przyszłością dziennikarstwa sportowego?
* Czy radio cyfrowe jest przyszłością radiofonii w Polsce?

**Prof. dr hab. Urszula Glensk**

* Żeńskie postaci w demonologii słowiańskiej
* "Złudzenie równości" - życie imigrantów w Sankt Moritz
* Popkultura a etniczność - prezentacje sceniczne w Konkursie Piosenki Eurowizji
* Między Styrem a Ikwą - edycja i opracowanie krytyczne maszynopisu Pawła Zaleskiego "Wspomnienia wołyńskie"
* "Nareszcie mam ciarki...!" - opis i interpretacja wybranych fragmentów baśni braci Grimm
* Między mitologizacją a konfesją. Książki o tematyce sportowej na polskim rynku wydawniczym
* "Bogowie pozwalają na wszystko tym, którzy kochają" - o Efebosie Karola Szymanowskiego

**Dr Annette Siemes**

* Pokolenie Instamatek – wizerunek macierzyństwa na przestrzeni ostatniej dekady
* CZY WARTOŚCI MAREK WPŁYWAJĄ NA WYBÓR KONSUMENTA? ANALIZA WIZERUNKU I STRATEGII MARKETINGOWEJ MARKI THE BODY SHOP
* Wpływ popularności Koreańskiego Popu na pozostałe aspekty kultury Korei Południowej oraz postrzeganie obu tematów przez osoby zainteresowane
* Wpływ fotografii produktowej na kreowanie wizerunku marki
* Wpływ retuszu na wizerunek osoby na podstawie zdjęć portretowych
* KOMUNIKACJA WŚRÓD OSÓB W WIEKU 22–29 LAT
* EKSPERYMENT BADAJĄCY WPŁYW POSTU MEDIALNEGO NA POSTRZEGANIE UŻYTKOWANIA MEDIÓW
* OBRAZ ŻUŻLA JAKO KONSTRUKT TWORZONY PRZEZ MEDIA - WPŁYW PRZEKAZU MEDIALNEGO NA PERCEPCJĘ ZJAWISKA W OPINII PUBLICZNEJ. SCHEMATY WARUNKUJĄCE ZACHOWANIA DZIENNIKARZY.
* Pojęcie luksusu. Międzykulturowa analiza marek luksusowych

**Dr Karolina Lachowska**

* Czy polskie społeczeństwo zacznie gonić „American Dream”, kiedy droga do niego będzie otwarta?
* Działania marketingowe w przemyśle muzycznym – analiza porównawcza SM ENTERTAINMENT i UNIVERSAL MUSIC GROUP
* „Kampanie reklamowe jako narzędzie kreowania rzeczywistości konsumenckiej.”
* Zarządzanie w kryzysie wizerunkowym na wybranych przykładach sytuacji kryzysowych przedsiębiorstw, marek oraz ludzi
* Kobiety polskiego designu lat 1950-1980
* Projekt identyfikacji wizualnej dla marki zupki błyskawicznej
* „Badania postrzegania folkloru - sztuka, czy proces kulturotwórczy”
* Styl życia wyborców Prawa i Sprawiedliwości. Wyniki badań ankietowych
* Wizerunek zwierząt domowych oraz zwierząt hodowlanych w reklamie
* Analiza strategii komunikacji marek samochodów luksusowych
* Obraz kobiety w reklamie ‒ analiza zawartości wybranych przykładów reklam audiowizualnych
* Gra „Buntowniczki z wyboru” inspirowana historią kobiet – konstrukcja fabularna i mechaniki
* Projekt identyfikacji wizualnej dla Ostrzeszowa
* Identyfikacja wizualna dla konferencji poświęconej branży projektowo-budowlanej
* Współczesne postrzeganie patriotyzmu i nacjonalizmu

**Dr Patrycja Rozbicka**

* Kultura gamingu - geneza e-sportu, subkultura graczy oraz case study - gra League of Legends
* POSTRZEGANIE SECOND HAND'ÓW
* Platformy streamingowe jako alternatywa dla telewizji. Analiza Netflixa i HBO GO
* Zwolennicy teorii płaskiej Ziemi. Analiza sposobu komunikacji w mediach społecznościowych
* Koniec epoki klatkowej- analiza semiotyczna materiału wizualnego Time to Decide
* Komunikacja wizerunkowa i public relations KGHM Polska Miedź S.A
* WASABI — PROJEKTOWANIE MARKI KOSMETYCZNEJ
* Komunikacja marketingowa w mediach społecznościowych a zachowania konsumentów - case study marki ,,Pasibus”
* Problemy komunikacyjne w różnych działach organizacji - case study firmy Advanced LED Systems
* Analiza podcastu jako audio contentu
* Marnowanie żywności jako problem społeczny i ekologiczny – analiza wybranych mediów oraz materiałów z badań
* Zmiana postrzegania relacji międzyludzkich - przydkład Tinder'a
* Dziewczyna a kobieta. Badanie nad semantyką wybranych pojęć w oparciu o dyskurs instagramowy
* Wizerunek matki na Instagramie- analiza #instamatka
* Postrzeganie wizerunku astrologii przez pokolenia Y i Z. Analiza komunikacji zjawiska

**Dr Katarzyna Konarska**

* BLOGOSFERA I INSTASTORY PODRÓŻNICZE W POLSCE
* Kindermarketing - analiza komunikacji na przykładzie sieci sklepów Smyk
* MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE JAKO ELEMENT STRATEGII MARKI -DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNE FIRMY NIKE
* Obraz autyzmu i osób z autyzmem w serialu “The Good Doctor''
* Marketing w sporcie – jego rola i działanie na przykładzie drużyny piłkarskiej Real Madryt
* ROZWÓJ ŚRODKÓW MASOWEGO PRZEKAZU A ZMIANY SPOSOBU KOMUNIKOWANIA PUBLICZNEGO - NA PRZYKŁADZIE BRYTYJSKIEJ RODZINY KRÓLEWSKIEJ
* Marketing bezpośredni jako element komunikacji wizerunkowej przedsiębiorstwa na przykładzie branży drogeryjnej
* KAMPANIE SPOŁECZNE JAKO SPOSÓB KOMUNIKOWANIA O DEPRESJI
* ROLA CSR W KSZTAŁTOWANIU WIZERUNKU MARKI NA PRZYKŁADZIE FIRMY NIVEA
* Kreowanie wizerunku marki w mediach społecznościowych na przykładzie marki La Mania
* Skandal jako element strategii wizerunkowej, na przykładzie działań Lady Gagi
* EVENT MARKETING JAKO NARZĘDZIE KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ, NA PRZYKŁADZIE DZIAŁAŃ STOWARZYSZENIA NOWE HORYZONTY
* ANALIZA „STARTU” DONALDA TUSKA W WYBORACH PREZYDENCKICH W 2020 R. - ANALIZA DYSKURSU MEDIALNEGO TYGODNIKÓW OPINII „POLITYKA” I „SIECI”
* PERSONAL BRANDING – BUDOWANIE MARKI OSOBISTEJ NA PRZYKŁADZIE DZIAŁALNOŚCI KANAŁU RAAADZKA NA YOUTUBE
* WIZERUNEK OSÓB Z NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIĄ JAKO ELEMENT STRATEGII WIZERUNKOWEJ MAREK KOMERCYJNYCH , NA PRZYKŁADZIE KAMPANII „WIDZIMY WIĘCEJ” MARKI MUSCAT EYEWEAR
* MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE JAKO ELEMENT KOMUNIKACJI WIZERUNKOWEJ. ANALIZA WIZERUNKU OSOBISTEGO JULII WIENIAWY
* Systemy komunikacji w zamkniętych grupach społecznych, na przykładzie podkultury więziennej
* MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE JAKO NARZĘDZIE PROMOCJI STYLU ŻYCIA, NA PRZYKŁADZIE PROFILI SPOŁECZNOŚCIOWYCH EWY CHODAKOWSKIEJ
* MISJA PUBLICZNA TELEWIZJI POLSKIEJ A PROGRAMY KULTURALNO-ROZRYWKOWE – ANALIZA PROGRAMÓW Z UDZIAŁEM ZENONA MARTYNIUKA
* WZORCE MĘSKOŚCI W REKLAMACH PRODUKTÓW LECZNICZYCH
* ORGANIZACJA IMPREZ SPORTOWYCH JAKO NARZĘDZIE KREACJI WIZERUNKU PAŃSTWA - na przykładzie Igrzysk Olimpijskich
* HIMALAIZM OCZAMI HIMALAISTÓW
* Personal Branding- budowanie marki osobistej na przykładzie Ewy Chodakowskiej
* "ZIEMIA JEST SŁONA OD ŁEZ" - OBRAZ ŚWIATA WEDŁUG SEBASTIAO SALGADO. FOTOREPORTAŻ SPOŁECZNY

**Dr Dorota Kokowicz**

* „Kreowanie wizerunku Szwecji - opis działań w zakresie brandingu narodowego”
* Promocja regionu na przykładzie województwa dolnośląskiego
* Wizerunek osób uzależnionych od hazardu
* Wizerunek Polskich skoczków narciarskich w mediach internetowych w czasie igrzysk zimowych Pjongczang 2018
* Wizerunek escape roomów w Polsce
* Wizerunek marki Inglot wśród Amerykanek w Stanach Zjednoczonych
* Wizerunek marki Mary Kay – porównanie wizerunku pożądanego z wizerunkiem dominującym wśród internautów
* Event marketing jako innowacyjne narzędzie komunikacji na przykładzie marki IQOS
* Wizerunek marki narodowej Mołdawia wśród studentów Komunikacji Wizerunkowej Uniwersytetu Wrocławskiego
* „The New York Times Online” o protestach w Hong Kongu, luty - sierpień 2019 r. – analiza treści
* Wizerunek członka załogi samolotowej

**Dr Paweł Baranowski**

* Uzależnienie od mediów społecznościowych i relacje międzyludzkie w kontekście FOMO
* Zjawisko FOMO-zagrożenie czy styl życia
* Wpływ mediów społecznościowych na postrzeganie swojego ciała przez kobiety na podstawie komunikacji marki Dove
* Analiza przesłanek wykonywania tatuażu jako wyrazu kreowania własnej tożsamości
* Od fast fashion ku modzie zrównoważonej. Zmiany zachodzace w branży mody i stojące przed nią wyzwania
* Obraz mężczyzny w filamch pornograficznych wyprodukowanych od 2018
* Stereotypizacja kobiet w komunikacji reklamowej w Polsce. Analiza semiotyczna wybranych przekazów reklamowych
* Wizerunek kobiety w polskim rapie
* Badania korpusowe języka polskiego "coachów podrywu"
* Rozwój podcastingu w Polsce. Analiza zjawiska na wybranych przykładach
* Wizerunek klubu piłkarskiego Zagłębie Lubin w mediach społecznościowych
* Dziennikarz śledczy – zawód czy misja? Analiza wybranych reportaży Tomasza Patory
* Metoda design thinking jako sposób na rozwiązywanie problemów i tworzenie innowacji, na przykładach rozwiązań firmy IDEO
* Subkultury w Polsce-komunikacja poprzez wizerunek
* Wpływ ekotrendów na przemysł mody
* Kreowanie wizerunku marki na przykładzie sieci kawiarni Green Cafe Nero

**Dr Dawid Szkoła**

* Utopijna wizja Podlasia w reportażu polskim
* Błędy etyczne w mediach lokalnych na podstawie serwisów internetowych infostrow oraz ostrow24.tv
* Storytelling w grach wideo - analiza gier "The Last of Us" (2013) oraz "Dragon Age: Inkwizycja" (2014)
* Przedstawienie kultury żydowskiej na podstawie musicali "Skrzypek Na Dachu" oraz "Yentl"
* Granice posługiwania się fikcją w polskim reportażu literackim
* Geneza i komercjalizacja piłki nożnej na Wyspach Brytyjskich
* Wizerunek seryjnych morderców w kulturze popularnej na podstawie serialu Mindhunter
* Wpływ celebrytów na polskie społeczeństwo na przykładzie Anny Lewandowskiej
* Historia przemian polskiej prasy komputerowej na przykładzie czasopisma "CD-Action"
* Wpływ muzyki na wydarzenia sportowe na przestrzeni kolejnych epok. Historia i analiza

**Dr Tomasz Nowak**

* Jak mówić, żeby pokazać? Analiza dialogów w filmach Quentina Tarantino
* Zmiana w narracji medialnej w obliczu sukcesu reprezentacji Polski w piłce siatkowej mężczyzn na przykładzie artykułów "Przeglądu Sportowego".
* Kreowanie tożsamości gracza a postaci LGBT w grach wideo
* Obraz związku na podstawie czasopism "Men's Health" i "Women's Health"
* Marketing w sporcie osób z niepełnosprawnością na przykładzie działań promocyjnych polskiej drużyny Amp Futbolu
* Promocja marki a problem tabu. O działaniach serwisu Pornhub w 2019 roku
* Marketing doświadczeń w branży muzycznej na przykładzie kampanii promocyjnej albumu "Małomiasteczkowy" Dawida Podsiadły
* Zmienność w trendach w marketingu na przykładzie katalogów IKEA
* Wizerunek dziennikarzy sportowych na podstawie videoblogu "Prawda Siatki"

**Dr Małgorzata Kolankowska**

* Elżbieta Batory - opowieść transmedialna
* Baśniowe postacie w obliczu współczesności. Alternatywne wersje "Czerwonego Kapturka", "Królowej Śniegu" oraz "Kopciuszka"
* Człowiek w kryzysie - projekt reporterski
* Moja Syberia - projekt (foto)reporterski
* Od rytuału przejścia po współczesną ceremonię
* Ukraina od kuchni. Charakterystyczne cechy projektów kulinarnych w ukraińskiej telewizji na podstawie programów MasterChef i Hotuiemo razom (Gotujemy razem)
* Medialna droga przez sławę. Rzecz o postawach mediów wobec Adama Małysza i Svena Hannawalda
* Eksploracja różnych miejsc na podstawie kanału Urbex History i Żądny Przygód
* Miasto-zabójca: medialny wizerunek Ciudad Juarez w latach 1993-2018 na podstawie wybranych reportaży

**Prof. dr hab. Leszek Pułka**

* Wizerunek marki kosmetycznej na podstawie koncernu l’Oréal
* Rola mediów społecznościowych w kreowaniu wizerunku pięściarza w boksie zawodowym
* Wizerunek tatuażu w XXI wieku
* Personal branding w mediach społecznościowych
* Analiza komunikacji marketingowej marki Żabka Polska
* Wpływ projektu okładki i obwoluty na wybór konsumencki
* Proces rebrandingu na przykładzie Medicus Sp.z o.o.

**Prof. dr hab. Igor Borkowski**

* Komunikacja lekarz-pacjent jako jedno z wyzwań ochrony zdrowi
* Autowizerunek Jane Fondy
* Wizerunek kobiety w Policji
* Telewizja Polska SA jako narzędzie propagandy politycznej
* Tożsamość marki AIRBNB
* Gatunek true crime w popkulturze. Analiza zjawiska na wybranych przykładach w nowych mediach
* Reklama prasowa w dwudziestoleciu międzywojennym w Polsce na przykładzie czasopisma „Kino” z 1936 roku
* Sport i wydarzenia sportowe jako machiny biznesowe we współczesnym świecie
* FORMY PRAWNE WYKONYWANIA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ PRZEZ PRZEDSIĘBIORCÓW ZAGRANICZNYCH W POLSCE
* Wizerunek szpitali psychiatrycznych w Polsce
* Wizerunek polskich pracodawców wśród pracowników z Ukrainy
* Zachowania konsumenckie kobiet i mężczyzn a reklama. Badania własne
* Dokument sportowy ,,Niekochani'' jako narzędzie PR
* Hiperpersonalizacja i rekomendacja elementami całości integralnej, jaką jest influencer marketing
* Feminizm i feministki. Humorystyczna perspektywa Marii Czubaszek i Joanny Chmielewskiej
* Muzyka K-pop i jej odbiór w Polsce
* Przejawy i przyczynowość seksizmu w reklamie telewizyjnej
* Płeć społeczno-kulturalna w polityce oraz środkach masowego przekazu w Polsce
* Wizerunek Adama Kszczota w mediach społecznościowych
* REGLAMENTACJA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ W PRZEDMIOCIE PROWADZENIA KASYNA GRY
* POSTĘPOWANIA O UDZIELENIE ZAMÓWIENIA PUBLICZNEGO W TRYBIE PRZETARGU NIEOGRANICZONEGO
* PRZESŁANKI UMOŻLIWIAJĄCE STOSOWANIE TRYBÓW NIE PRZETARGOWYCH W SYSTEMIE ZAMÓWIEŃ PUBLICZNYCH

**Dr hab. Karol Maliszewski**

* Podróż bohatera jako wciąż aktualny sposób tworzenia historii
* Teorie spiskowe w społeczeństwie, mediach i kulturze
* Wizja dziennikarzy i ludzi mediów w dziele filmowym
* Gwara śląska w kulturze - literaturze, filmie, muzyce i internecie

**Dr Roman Wróblewski**

* Wizerunek sportowca. Postrzeganie Rogera Federera w mediach społecznościowych
* Wizerunek Roberta Lewandowskiego na mundialu 2018 w sportowych portalach internetowych
* Wizerunek Krzysztofa Mączyńskiego w mediach
* Język perswazji w polityce na przykładzie polskich wyborów prezydenckich wyznaczonych na 10 maja 2020 roku
* Analiza marketingu szeptanego na przykladzie marki kosmetycznej Mary Kay
* Filozoficzne aspekty problemu istnienia zła w IX Homilii Bazylego Wielkiego