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

**Dr hab. Jędrzej Morawiecki**

* MEDIALNY OBRAZ KRYZYSU EKONOMICZNEGO I WIZERUNKOWEGO WISŁY KRAKÓW SA. NA PRZYKŁADZIE PUBLIKACJI WYBRANYCH PORTALI INTERNETOWYCH ORAZ OPINII EKSPERTÓW
* RAVE JAKO FENOMEN SPOŁECZNO-KULTUROWY
* Erotyka w kinie. Odbiór nagości i pocałunku na przykładzie filmów Bernardo Bertolucci
* Postrzeganie internetu przez digital natives na przykładzie studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej oraz filologii polskiej
* Deportacja – Repatriacja. Rola mediów w integracji polskich grup etnicznych w polskim społeczeństwie na przykładzie repatriantów z Kazachstanu
* AN ANALYSIS OF QUENTIN TARANTINO’S FILMMAKING
* Piłkarska polszczyzna na przestrzeni stulecia. Zmiany językowe, metaforyka i odmiany gwarowe
* An Attempt to develop a Communication Research Strategy for Blockchain Technology and Its Impact on Users
* The impact of multiculturalism on the perception of hate speech
* Nowe internetowe gatunki dziennikarskiej w Polsce
* Determinants of consumer behavior of coffee buyers in Poland. An attempt at qualitative empirical operationalization
* Post-turystyka. Grupy podróżnicze na Facebooku
* The Lost dreams, that is how addiction impacted on player’s careers and lives
* Analiza treści portali „śmieciowych” i determinanty recepcji fake news w Polsce

**Prof. dr hab. Michae Fleischer**

* "Tworzenie marki - jak wyróżnić się na tle konkurencji"
* Identyfikacja wizualna pracowni projektowo - tatuatorskiej ‘Studio Wolne‘
* "Fandom a subkultura - podobieństwa i różnice na przykładzie wybranych fandomów zespołów muzycznych"
* Amerykański sen" - USA w oczach Polaków
* Projekt strony internetowej w kontekście poprawnych wzorców komunikacyjnych
* Website design project in relation to proper communication models
* "Rekonstrukcja wizerunku i tożsamości współczesnego pszczelarza"
* "Atrakcyjność na przykładzie rynku meblarskiego"
* Wizerunek Polaków wśród Ukraińców. Badania przeprowadzone w Polsce i na Ukrainie
* Koncept bio/eko w komunikacji wybranych dyskontów w Polsce. Wizerunek marki a zrównoważony rozwój
* Badanie zjawiska "Kropki nienawiści" oraz prezentacja wyników w formie infografiki
* Problemy transportowe dużych miast. Analiza historycznych i współczesnych rozwiązań urbanistycznych oraz alternatywny plan zrównoważonej mobilności dla Wrocławia
* Kanony kobiecego piękna i zabiegi upiększające od epoki średniowiecza po współczesność
* Badanie wizerunku joginów i joginek w Polsce
* Konwencje wizualne, a odbiór logo - badanie na podstawie wybranych projektów
* Grupa osób noszącycyh dzieci w chustach w kontekście definicji i wyznaczników subkultur
* Aesop jako przykład spójnie zaprojektowanej marki
* Analiza treści etykietek szamponów, mydeł i żeli pod prysznic dostępnych na rynku polskim
* Czym dla Polki jest ślub kościelny. Definicja oraz analiza porównawcza odpowiedzi ze wschodniej I i zachodniej części kraju
* Przemiany fotografii funeralnej od lat 30 do współczesności

**Dr hab. Karol Maliszewski**

* Transpłciowość w wybranych dziełach filmowych XX i XXI wieku
* Kobieta w polskim środowisku jeździeckim i jej obraz kreowany przez media
* Kształtowanie wizerunku instytucji finansowej na przykładzie banku komercyjnego
* Historia Białorusi w literaturze pięknej (1920-2020). Życie literackie na Białorusi

**Prof. dr hab. Aleksander Woźny**

* Fenomen autorskiego dziennikarstwa na podstawie profilu „KiKŚ – Konflikty i katastrofy światowe” w serwisie Facebook
* Marketing terytorialny jako istotny element w działalności powiatu/miasta Zwoleń.
* Wizerunek szkół pole dance na podstawie wybranych aspektów
* Marketing terytorialny i sytuacje kryzysowe na przykładzie gminy Milicz. Analiza wybranych aspektów z lat 2014-2019
* Rola nowych mediów w kształtowaniu postpiśmienniczego etosu komunikacyjnego
* Internetowy marketing terytorialny - analiza porównawcza e-promocji Wrocławia i Amsterdamu
* Komunikacja salonów kosmetycznych w mediach społecznościowych. Analiza fanpage'y wrocławskich salonów kosmetycznych
* COMMUNICATION OF COSMETIC SALONS IN SOCIAL MEDIA. FANPAGE ANALYSIS OF BEAUTY SALONS FROM WROCLAW.
* Wybrane koncepcje stylu życia oraz ich wpływ na kreowanie wizerunku marek na przykładzie wybranej marki odzieżowej.Obraz klienta polskich marek odzieżowych
* Wizerunek weganizmu po serii PR-owo niekorzystnych wydarzeń
* Analiza wybranych narzędzi marketingu politycznego na przykładzie kampanii wyborczych w wyborach samorządowych na Burmistrza Miasta Zgorzelec w latach 2006-2018
* Szpital psychiatryczny jako instytucja totalna? Analiza na podstawie oddziału psychiatrii sądowej o wzmocnionym zabezpieczeniu
* Wizerunek firm pożyczkowych w oczach klientów na przykładzie pożyczkodawców Vivus i LendOn
* Pojęcie idola w kulturze k-popu. Na przykładzie zespołu BTS
* Od czarownika po paramedyka. Kim są współcześni uzdrowiciele i jak budują swoje marki osobiste?
* Marketing gier wideo. Próba analizy działań promocyjnych
* Czy aktorzy powinni angażować się w politykę i jaki to może mieć wpływ na ich wizerunek
* Traumatyczne wydarzenia na Kresach Wschodnich a tożsamość oraz sposób komunikowania Kresowiaków
* Mechanizmy stojące za brakiem widoczności kobiet w środowiskach naukowych oraz współczesne działania podejmowane w celu promowania badaczek i naukowczyń w kulturze popularnej
* Mizoginia i seksizm w kulturze hip-hopowej. Rola raperek w procesie intensyfikowania dyskryminacji kobiet
* Postkonsumpcjonizm w wymiarze miejskim – sprzeciw wobec degradacji zasobów naturalnych, społecznych i kulturowych
* Kult marki Apple - Steve Jobs jako prorok

**Prof. dr hab. Jerzy Biniewicz**

* Koncepcja rozwoju widowni na przykładzie wybranych działań komunikacyjnych Opery Wrocławskiej (sezon artystyczny 2018/19)
* Dialog amatora z ekspertem na podstawie komunikacji Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Wiedzy o szczepieniach STOP NOP
* Dyskurs ochrony środowiska w polskiej prasie prawicowej na przykładzie artykułów publikowanych w "Gazecie Polskiej"
* Rola komunikacji w procesie zarządzania z wykorzystaniem podejścia Agile, na przykładzie projektów prowadzonych w przemyśle IT
* Badanie świadomości młodzieży w grupie wiekowej 13-19 lat na temat Wikipedii i jej autorów
* Strategia marki kosmetycznej jako forma komunikowania się z nastolatkami
* Dwa dyskursy, dwa narody, samoopis Polaka w dyskursach konserwatywno-katolickim i liberalno-lewicowym na podstawie felietonów publikowanych w latach 2010-2019
* Instamamy jako nowy model macierzyństwa
* Model wartości kobiet, a poglądy społeczne i wiara
* Zin jako środek komunikacji - strategia komunikacji i próba analizy
* Projekt reklamy społecznej dotyczącej zaburzenia, jakim jest depresja
* Ciała Instagramu. Współczesne kanony kobiecego piękna oraz ich postrzeganie przez młode użytkowniczki serwisu społecznościowego Instagram
* Media społecznościowe jako narzędzia komunikacyjne w dyskursie politycznym na szczeblu lokalnym - gmina Syców (wybory samorządowe 2018)
* Social media as communication tools in political discourse a case study of the local elections - in the Syców commune 2018
* Matafora choroby w polskim dyskursie polityki krajowej jako przejaw medykalizacji komunikacji społecznej
* Analiza multimodalnej komunikacji matek na Instagramie
* ROLA NAUCZYCIELA XXI WIEKU W ODNIESIENIU DO STRAJKU PRZEPROWADZONEGO WIOSNĄ 2019 ROKU
* Konstruowanie pojęć miłości i związku przez pokolenie Z w kontekście dyskursu indywidualizmu
* Manipulacja w mediach a opinia publiczna
* Zmiana wizerunku/komunikowania oraz funkcjonowania marki w celu zwiększenia rozpoznawalności, jak również zwiększenia korzyści z uczestnictwa w Sieci Regionalnego Dziedzictwa Kulinarnego Dolnego Śląska

**Prof. dr hab. Arkadiusz Lewicki**

* THE CONSTRUCTION AND DISSEMINATION OF MESSAGES IN ECUADORIAN MEDIA ABOUT MIGRATION
* Welfare of Turkish Migrants in Germany. A qualitative research
* DIGITAL MARKETING OF MODERN FOOTBALL. PRESENTED ON SELECTED EXAMPLES WITHIN POLISH FOOTBALL
* Komunikacja marketingowa rynku usług ochrony fizycznej w Gliwicach
* Strategia marketingowa przedsiębiorstwa “NETFLIX” w Polsce na przestrzeni lat 2015-2020
* WIZERUNEK OSÓB NIEHETERONORMATYWNYCH W WYBRANYCH WPÓŁCZESNYCH SERIALACH MŁODZIEŻOWYCH
* Brand Book and Marketing Communication for a New Agency in the Field of Foreign Language and Culture Camps in Poland
* Transformacje wizerunku męskości na przykładzie komunikacji reklamowej marki Gillette
* Analiza wizerunku internetowych portali plotkarskich
* Decyzje zakupowe polskich konsumentów kosmetyków marek luksusowych w warunkach pandemii
* ANALIZA ORAZ OPTYMALIZACJA KOMUNIKACJI WEWNĘTRZNEJ W FIRMACH SMARTSPACE I FDTECH
* BRAND COMMUNICATION IN QUICK SERVICE RESTAURANTS INDUSTRY – CASE STUDY OF BURGER KING GLOBAL
* Ambient marketing jako narzędzie promocyjne na przykładzie działań marki Netflix
* Ways of presenting women in advertising on the basis of selected product groups
* Projekt zmiany identyfikacji wizualnej marki Beta Security System
* Kreowanie internetowego wizerunku w branży jubilerskiej. Badania na podstawie marek: Apart i YES
* Branding and intercultural communication. Analysis of the current WorldSkills International branding strategy
* Analiza komunikacji marketingowej w social mediach wybranych sklepów internetowych branży streetwear
* Wpływ sponsoringu sportowego na świadomość marki oraz jej wizerunek wśród respondentów
* Quentin Tarantino`s "Once Upon a Time in Hollywood" and Pedro Almodóvar "Pain and Glory" - a comparison of film promotion and film marketing communication on the internet and social media
* Building a brand and its image in social media - on example of the blog zazieleni.pl
* Reklama podczas wydarzeń sportowych na podstawie finału Super Bowl i Ligi Mistrzów UEFA

**Prof. dr hab. Stanisław Bereś**

* Felietonistyka nowego „Przekroju” a model pisma
* Analiza publicystyki prasowej Jerzego Urbana na przykładzie felietonów z lat 1995-1997
* Sytuacja siatkówki plażowej na świecie i w Polsce. Organizacja turniejów na przykładzie cyklu Plaża Open
* Społeczna rola śpiewu we współczesnym świecie
* FIRMA PERFECT COLL – OPIS ORAZ PRZYKŁAD SYSTEMU MLM
* FIRMA CCC - DIGITAL MARKETING
* Batalia o Teatr Polski we Wrocławiu pod dyrekcją Cezarego Morawskiego
* Na pomoc Wiśle Kraków! Rola kibiców oraz marketingu w ratowaniu klubu
* Słownik filmów dokumentalnych Marcela Łozińskiego
* American dream – życie i twórczość Walta Disneya
* Kino gangsterskie lat 90. XX wieku w USA
* "Prawda zapomniana”. Zasady i wyzwania reportażu historycznego
* Tożsamość marki a jej wizerunek: wybrane przykłady rynkowe
* Rola mediów społecznościowych w edukacji seksualnej w Polsce

**Prof. dr hab. Izabela Surynt**

* Wzajemne postrzeganie Czechów i Polaków na podstawie portalu Instagram
* Wizerunki kobiet i mężczyzn w polskich portalach internetowych

**Dr hab. Michał Grech**

* Postrzeganie mężczyzn korzystających z usług kosmetycznych
* Wizerunek miasta na przykładzie miejscowości Łask-badanie i analiza
* Dokumenty brandingowe w projektowaniu marki. Rola, nomenklatura i części składowe
* Analiza złożoności oraz dynamiki sieci finansowych w języku metod sieci złożonych oraz metod analizy fraktalnej
* Czynniki kształtowania relacji z klientami w gabinetach podologicznych
* OBELGI KOLEKTYWNE. Inwektywy, wyzwiska i wulgaryzmy w ujęciu symboli kolektywnych
* Serial – rozwój gatunku. Sposób oglądania seriali w Polsce
* Symbole kolektywne w ujęciu wizualnym – badanie wstępne
* Wizerunek rowerzystów w Polsce oraz jego wpływ na chęć korzystania z roweru jako codziennego środka transportu
* Wpływ wybranych marek laptopów na wizerunek człowieka
* OBRAZ ŚWIATA W PIOSENKACH ROCKOWYCH. ANALIZA TEMATÓW W LATACH 80. XX WIEKU I 10. XXI WIEKU
* Badanie tożsamości polskich marek odzieżowych postulujących przestrzeganie założeń etycznej mody
* TOŻSAMOŚĆ I WIZERUNEK WSPÓŁCZESNEGO MINIMALISTY
* CZY WZIERUNEK SPORTOWCA MOŻE POZWOLIĆ NA ZOSTANIE PREZYDENTEM- NA PRZYKŁADZIE MARCINA GORTATA
* Badanie wizerunku marki premium na przykładzie marki Tommy Hilfiger
* DYWERSYFIKACJA WIZERUNKOWA STUDENTÓW AKTYWNYCH I BIERNYCH ZAWODOWO
* STEREOTYP I AUTOSTEREOTYP WŁAŚCICIELI KRÓLIKÓW W POLSKIM INTERDYSKURSIE
* Konstrukt podróży

**Prof. dr hab. Bartosz Jastrzębski**

* Deshi. Studium przypadku funkcjonowania zjawiska uchideshi

**Prof. dr hab. Urszula Glensk**

* Wyzwolić się z Kapuścińskiego. O współczesnym reportażu i warsztacie reporterskim

**Prof. Leszek Pułka**

* Wizerunek dynastii Windsorów jako element w strategii personal branding
* Temat pracy magisterskiej: Wizerunek Rafała Trzaskowskiego podczas trwania kampanii prezydenckiej 2020 w opiniach kobiet
* Znaczenie influencer marketingu w dobie pandemii
* Analiza polskich trendów wnętrzarskich inspirowanych designem sieci IKEA oraz poradnictwem Doroty Szelągowskiej
* Temat pracy magisterskiej: Analiza działań, danych i potencjału w obszarze mediów performance dla e-commerce na przykładzie sklepu internetowego z branży meblowej
* Wpływ marketingu ekologicznego na decyzje zakupowe w polskim internecie
* Projektowanie permakulturowe i jego konteksty
* Brytyjskie i polskie marki piłkarskie w świecie social media. Analiza porównawcza komunikacji Manchesteru United i Legii Warszawa w serwisie Facebook
* Autowizerunek kobiet-graczy i problem dyskryminacji płciowej w grach multiplayer
* Nowy wizerunek szkoły muzycznej - Wrocławska Szkoła Śpiewu
* Okładka i obwoluta jako komunikat i wpływ ich projektu na wybory czytelnika
* Medialny obraz myślenia ekologicznego w Polsce. Współczesne postrzeganie ekologii przez media w kontekście Puszczy Białowieskiej, smogu i Młodzieżowego Strajku Klimatycznego
* Liternicze cienie. Analiza śladów nie–istniejących szyldów wrocławskich
* Analiza zawartości reklamowej w polskim wydaniu czasopisma ,,Vouge''
* Problemy komunikacyjne sportowych par tanecznych tańca towarzyskiego zrzeszonych w Polskim Towarzystwie Tanecznym i Federacji Tańca Sportowego
* Budowanie wewnętrznego wizerunku pracodawcy na podstawie firmy X
* Storytelling - moda czy metoda? Budowanie wizerunku marki na podstawie marketingu narracyjnego
* Singlizacja jako współczesna innowacja

**Prof. dr hab. Marek Bratuń**

* Strategia komunikacji marketingowej NGO na podstawie Stowarzyszenia ESN Polska
* Zastosowanie nowych mediów w komunikacji marketingowej marek instrumentów perkusyjnych
* Wpływ nowych mediów na rozwój komunikacji międzykulturowej na przykładzie społeczności Couchsurfing
* Media społecznościowe jako narzędzie komunikacji marketingowej znanych marek odzieżowych na przykładzie H&M
* Koncepcja marki osobistej i jej realizacja w perspektywie humanistyczno-egzystencjalnej
* Wizerunek medialny Teatru Polskiego w Szczecinie w ujęciu Public Relations
* Crowdfunding w oparciu o projekty książkowe z 2019 roku na polskich platformach
* Reklama jako zjawisko językowe
* Kreowanie wizerunku ogrodu zoologicznego na przykładzie ZOO Wrocław Sp. z o.o.
* Wizerunek kobiety w reklamie zewnętrznej. Znaczenie płci w sposobie percepcji komunikatów reklamowych
* Wizerunek marki Nike w tekstach polskich raperów w latach 2005-2012
* Wizerunek Kenii
* Wizerunek Japonii oczami Polaków - rzeczywistość kontra stereotyp
* Współczesna fotografia podróżnicza
* "Hewi metal". Wykorzystywanie humoru w muzyce heavymetalowej na przykładzie grupy Nocny Kochanek

**Prof. dr hab. Igor Borkowski**

* Rola reklamy w rozwoju lokalnej firm
* Projekt identyfikacji wizualnej dla gminy Gołuchów
* Analiza branży zoologicznej w Polsce w latach 1990-2020
* Projekt identyfikacji wizualnej dla internetowego sklepu ze sprzętem dla graczy
* Kampanie wyborcze w Stanach Zjednoczonych jako przykład zaawansowanego rozwoju personal brandingu
* Językowy status roślin na podstawie forum Polish Jungle – polska społeczność miłośników roślin
* Mowa nienawiści. Analiza zjawiska oraz treści w kontekście wydarzeń w województwie podlaskim (Jedwabne 1941, Białystok 2019)
* Analiza transformacji sposobów komunikacji pokoleń X, Y oraz Z na przestrzeni lat
* Analiza transformacji sposobów komunikacji pokoleń X, Y oraz Z na przestrzeni lat
* Nieetyczna reklama w opinii konsumentów
* Jak w XXI wieku dotrzeć z przekazem reklamowym do potencjalnego klienta?
* Kobieta-posłuszeństwo-milczenie? Wizerunek w ,,Listach do Pani''
* Konstrukt matki i madki. Analiza porównawcza na podstawie badania empirycznego
* Prawne aspekty wykonywania działalności gospodarczej w Federacji Rosyjskiej
* Rebranding-strategia zmiany wizerunku marki na przykładzie hotelu ,,Argentia''

**Dr Małgorzata Kolankowska**

* THE MESSAGE TO GREENPEACE VIEWERS

**Dr Katarzyna Kopecka-Piech**

* Big Data and Algorithms as Potential Tools for Limitation of Free Will and Threats to Democracy on the Example of Brexit Referendum
* Mediatazation of politics: Case study of Artuss Kaimiņš 2014-2018
* Use of social media by American sports leagues: NBA and NFL. Comparative analysis
* Omnichannel Marketing in Today's Retail Ecosystem
* A comparative analysis of Virtual and Augmented Reality in real estate marketing: could digital means replace real life property viewing?
* The Construction of Female Beauty in American Social Media. Instagram Case Studies
* The characteristics of live streaming culture and its influence on China
* Organizational marketing through transmedia storytelling in social enterpreneurship intermediary NGO

**Dr Patrycja Rozbicka**

* Fallout76 - PR and marketing investigation
* Influencer as a brand
* Mediatization of religion and everyday life. “Langusta na palmie” as an example of correlation between religion and new media in everyday life
* Can Social Media Influence Domestic Violence in Honduras?
* Factors and motivations impacting consumer VR and AR application usage in the tourism industry
* The Importance of Cultural Differences in Communication- Polish and Chinese Case Study
* Communication Strategies for Chrisitan Non-Profit Organizations. Strategy for Stone to Flesh/MajorChange
* How Visual Elements in Social-Caused Advertisements Impact on Perception and Attitude of Consumers
* Building brand loyalty by the use of non-transactional contact between company and consumer in social media
* The brand image communication by the example of the Starbucks company
* Creation of a social marketing campaign plan against femicide in Ecuador
* The Portrait of woman in television advertising in Vietnam
* Branding in the Music Industry. New Identification of Twenty One Pilots
* Communication Strategy for Summertime Swing School

**Dr Łukasz Śmigiel**

* Selfie As a Method of Communication
* Development And Impact of Games on Modern Society
* Modernizm Wrocławia, czyli wybrane przykłady architektury niemieckiej i polskiej, które współtworzą wizerunek miasta
* Wizerunek osób cierpiących na choroby i zaburzenia psychiczne w serialach dla młodzieży z lat 2010-2020
* Oddziaływanie muzyki na stan emocjonalny słuchającego