

DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA

TEZY DO KOŁOKWIUM LICENCJACKIEGO

1. Przedstaw i omów istotę gospodarki rynkowej.
2. Omów znaczenie i funkcje pieniądza w gospodarce rynkowej.
3. Omów rolę i znaczenie firm medialnych w gospodarce.
4. Omów rolę reklamy i zarządzanie reklamą oraz ekonomiczne aspekty informacji
5. Przedstaw istotę funkcjonowania zespołów roboczych (definicja, komplementarne umiejętności, wspólne podejście do pracy, odpowiedzialność).
6. Omów znaczenie komunikacji w grupie (funkcje i proces komunikacji, komunikacja interpersonalna i w grupie, przeszkody w skutecznej komunikacji, komunikacja międzykulturowa).
7. Prawo do krytyki i jego ograniczenia (wynikające z przepisów prawa karnego, cywilnego, prasowego, orzecznictwa sądów). Ochrona czci osób krytykowanych. Omów je z punktu widzenia zadań i uprawnień dziennikarskich.
8. Wymień akty prawne zapewniające dziennikarzowi dostęp do informacji. Przedstaw sposoby egzekwowania tego prawa.
9. Prawo prasowe i zasady tajemnicy dziennikarskiej.
10. Rola instytucji sprostowania i odpowiedzi w prawie prasowym. W jakich okolicznościach obywatel może z nich korzystać, a redaktor naczelny odmówić ich publikacji
11. PR a marketing - podobieństwa i różnice.
12. Działania podejmowane wobec mediów w sytuacjach kryzysowych.
13. Radio, jako medium interaktywne.
14. Rola radia w komunikacji społecznej - tendencje rozwojowe.
15. Czy media są czwartą władzą?
16. Media i terroryzm.
17. Metody badań prasoznawczych w Polsce i na świecie.
18. Polska szkoła prasoznawcza
19. Główne etapy rozwoju (dziejów) prasy polskiej.
20. Determinanty geopolityczne, geoeconomiczne, kulturalne stosunków międzynarodowych.
21. Cechy ustrojowe demokratycznych systemów politycznych.

22. Scharakteryzuj styl publicystyczno-dziennikarski.
23. Omów różnicę między językiem mówionym a pisanym.
24. Omów charakterystyczne cechy reportażu.
25. Scharakteryzuj kompozycję i styl artykułu.
26. Wskaż na dowolnych przykładach podstawowe różnice między gatunkami publicystycznymi, a gatunkami informacyjnymi w zakresie ujęcia problematyki, kompozycji i stylu wypowiedzi.
27. Grupa społeczna i jej struktury.
28. Więź społeczna i jej elementy składowe.
29. Metody i techniki badań empirycznych stosowane w medioznawstwie.
30. Public relations a marketing – podobieństwa i różnice.
31. Public relations wewnętrzne i zewnętrzne.
32. Sponsoring i lobbying – podobieństwa i różnice
33. Relacje społeczne z mediami w czasie sytuacji kryzysowej.
34. Podstawowe reguły kreowania wizerunku medialnego.
35. Zasady organizacji konferencji prasowej.
36. Medialny łańcuch wartości.
37. Konwergencja na rynku mediów.
38. Media, jako środek przekazywania reklam.
39. Uwarunkowania efektywności reklamy medialnej.
40. Wyjaśnij teorię agenda – setting.
41. Wyjaśnij pojęcie determinizmu technicznego w nauce o mediach i komunikacji społecznej.
42. Przedstaw twórców i wymień główne postulaty tzw. szkoły frankfurckiej.
43. Wymień przynajmniej cztery podejścia do definiowania komunikacji i omów jedno z nich wskazując na jego mocne i słabe strony.
44. Scharakteryzuj etyczne aspekty komunikacji medialnej.
45. Wymień główne kierunki filozofii współczesnej i omów poglądy wybranego myśliciela.
46. System medialny a profesja dziennikarska. Proszę porównać zawód dziennikarza w znanych Pani/Panu systemach medialnych.
47. Proszę wyjaśnić zjawisko asertoryczności wypowiedzi dziennikarskiej oraz podać podstawowe jej wyznaczniki.
48. Reportaż fabularny a problemowy - podobieństwa i różnice

49. Scharakteryzuj prezenterów telewizyjnych pod kątem ich stylów autoprezentacji.
50. Jakie funkcje pełnią media w społeczeństwie, państwie.
51. Definicje komunikowania – problemy terminologiczne.
52. Komunikowanie informacyjne, a komunikowanie perswazyjne.
53. Mas media, a system komunikowania publicznego.
54. Paradygmaty w nauce o komunikowaniu (paradygmat dominujący i alternatywny).
55. Spory o siłę oddziaływania mediów.
56. Modele syntetyczne w komunikowaniu (przykłady, krytyka).