



UNIWERSYTET VIZJA

**ZESTAW PYTAŃ KIERUNKOWYCH
NA EGZAMIN DYPLOMOWY NA STUDIACH DRUGIEGO STOPNIA**

Kierunek studiów: Nowe media i public relations, studia I stopnia

Na egzaminie dyplomowym losowane jest z niniejszego zestawu jedno pytanie kierunkowe oraz jedno pytanie ze studiowanej specjalności

PYTANIA KIERUNKOWE:

1. Scharakteryzuj pojęcie komunikacji masowej.
2. Nazwij 3-5 podstawowych modeli komunikacji (np. Shannona-Weavera, Lazarsfelda) oraz scharakteryzuj ich elementy.
3. Podaj podstawowe funkcje komunikowania.
4. Wymień formy komunikacji masowej. Opisz jedną z nich.
5. Wyjaśnij wpływ mediów na kształtowanie się postaw społecznych.
6. Wymień i scharakteryzuj normy kodeksu etycznego dziennikarza.
7. Wymień i scharakteryzuj normy etyczne public relations.
8. Wymień co najmniej 3-5 teorii efektów mediów i/lub komunikacji.
9. Wymień najważniejsze akty prawne dotyczące funkcjonowania mediów w Polsce.
10. Czy media są w Polsce „czwartą władzą”?
11. Wymień instytucje i organy Unii Europejskiej działające w sferze usług audiowizualnych. Opisz krótko ich kompetencje.
12. Scharakteryzuj zasady skutecznej komunikacji wizualnej.
13. Przedstaw historię prasy na świecie, podaj główne tytuły gazet i czasopism.
14. Nazwij i scharakteryzuj główne gatunki dziennikarskie.
15. Scharakteryzuj rolę mediów w przełamywaniu stereotypów w przestrzeni publicznej.
16. Przedstaw i opisz podstawowe wynalazki wykorzystywane do porozumiewania się (telegraf, telefon, fax, internet).
17. Wyjaśnij pojęcia *wizerunek* i *personal branding*. Wskaż na podobieństwa i różnice.
18. Opisz uregulowania prawne dotyczące przemocy w mediach w Polsce.
19. Wskaż na współczesne zagrożenia w obszarze bezpieczeństwa informacji – wymień ich formy i sposoby przeciwdziałań.
20. Wyjaśnij rolę współczesnych mediów w procesach skutecznej komunikacji międzykulturowej.
21. Omów narodziny i rozwój mediów elektronicznych (radio, TV).





UNIWERSYTET VIZJA

22. Przedstaw główne metody badania mediów i komunikacji.
23. Opisz zjawisko dyplomacji publicznej jako formy komunikacji politycznej we współczesnym świecie.
24. Walidacja i wycena informacji - główne pojęcia i problemy w środowisku medialnym.
25. Scharakteryzuj paradygmat grupy minimalnej jako przypadek pracy zespołowej.

PYTANIA SPECJALIZACYJNE (NOWE MEDIA):

1. Wyjaśnij różnice i podobieństwa w odniesieniu do pojęć media społecznościowe i nowe media.
2. Porównaj model masowy komunikacji z modelem sieciowym.
3. Wymień cechy charakterystyczne mediów społecznościowych posługując się takimi przykładami, jak kanały FB, X, Tik Tok i inne.
4. Omów patologie mediów społecznościowych - propagandę, teorie spiskowe, mowę nienawiści i fake newsy.
5. Scharakteryzuj zasady funkcjonowania nowych mediów jako platformy komunikacji z klientami.
6. Scharakteryzuj zasady funkcjonowania nowych mediów jako platformy współpracy z partnerami biznesowymi, patronami, mediami.
7. Płeć biologiczna i kulturowa w mediach - główne definicje i wyzwania.
8. Nowe media jako platforma działalności biznesowej: zasady, formy, wyzwania.
9. Omów wykorzystanie nowych mediów w marketingu.
10. CSR a nowe media w biznesie – narzędzia wykorzystania.
11. Scharakteryzuj proces tworzenia strategii marketingowej w środowisku cyfrowym.
12. Podaj i omów źródła informacji dziennikarskiej.
13. Opisz strukturę rynku medialnego w Polsce – prasa, radio, telewizja, internet.
14. Scharakteryzuj systemy medialne na świecie, zwłaszcza w świecie zachodnim (liberalny), północnym i południowym (wg. Hallin i Mancini).
15. Dźwięk w nowych mediach – techniki pracy z dźwiękiem.
16. Opisz wpływ globalizacji na media – międzynarodowe korporacje medialne, konwergencja.
17. Wymień najważniejsze techniki kadrowania i kompozycji obrazu w nowych mediach.

PYTANIA SPECJALIZACYJNE (KOMUNIKACJA SPOŁECZNA):

1. Czym jest retoryka, perswazja i manipulacja?





UNIWERSYTET VIZJA

2. Modele i mechanizmy perswazji.
3. Techniki manipulacji w języku mediów.
4. Zjawisko watchdogingu w mediach i komunikacji społecznej.
5. Czym różni się grywalizacja od gry komputerowej? (podaj przykład grywalizacji)
6. Jakie mechanizmy motywacyjne wykorzystywane są w grywalizacji? (podaj przykłady praktycznego wykorzystania grywalizacji)
7. W jaki sposób grywalizacja może wspierać procesy edukacyjne? (podaj na przykładzie)
8. Jakie są wyzwania w projektowaniu skutecznych systemów grywalizacyjnych? (podaj na przykładzie)
9. Jakie są podstawowe etapy kampanii wyborczej?
10. W jaki sposób storytelling może wzmacniać przekaz kampanii wyborczej? (podaj przykład)
11. Jakie kanały komunikacji są najskuteczniejsze w dotarciu do młodych wyborców? (podaj przykład)
12. Co to jest mikrotargetowanie i jak wpływa na kampanie wyborcze? (podaj przykład)
13. Jakie narzędzia technologiczne najczęściej wykorzystywane są w inteligentnych miastach - smart city – do zwiększania partycypacji obywateli? Proszę podać ich zalety oraz ograniczenia.
14. W jaki sposób partycypacja obywatelska wpływa na rozwój i funkcjonowanie inteligentnych miast?
15. Jakie wyzwania i bariery stoją przed wdrażaniem koncepcji partycypacji obywatelskiej w smart city, zarówno ze strony władz, jak i mieszkańców?
16. Jakie zagrożenia płyną z „rewolucji cyfrowej”, którą przeszły media w ostatnich 20-30 latach? Podaj 5 przykładów.
17. Współcześnie coraz częściej głównym źródłem informacji o świecie są media społecznościowe. Proszę wymienić 3 wady tego rozwiązania.
18. Czy milczenie może być rodzajem propagandy i manipulacji? Dlaczego? Podaj przykład takiej sytuacji (historyczny lub współczesny).
19. Jak Pan/Pani określiłby/określiłaby poniższy tekst? Informacyjny czy opiniotwórczy? Proszę uzasadnić odpowiedź.

Tytuł: Twierdza Polska, czyli strategia odpychania. Dlaczego władza gra prawem do azylu.

Lead: Cała Europa ma problem z prawem do azylu. I nie chodzi o takie kurioza jak udzielenie schronienia na Węgrzech posłowi PiS Marcinowi Romanowskiemu, ale o to, jak i do jakich gier politycznych jest wykorzystywany problem migracji. Także w Polsce.