



TEMATYKA SEMINARIÓW MAGISTERSKICH W ROKU AKADEMICKIM 2023-2024 KOMUNIKACJA PROMOCYJNA I KRYZYSOWA

1. dr hab. Agnieszka Nęcka-Czapska, prof. UŚ

Zapraszam Państwa serdecznie na prowadzone przeze mnie seminarium magisterskie. Wśród proponowanych zagadnień znaleźć się mogą między innymi takie tematy, jak:

- strategie wizerunkowe w mediach społecznościowych i kampaniach reklamowych (marka firmy, produktu, marka osobista),
- storytelling i narzędzia marketingu narracyjnego w reklamie,
- zjawisko celebryctwa i influencer marketingu,
- nowoczesne działania marketingowe w przestrzeni internetowej,
- efektywność nowych narzędzi marketingowych (m.in. optymalizacja SEO, reklamy PPC, content marketing, link building, social media marketing),
- blogosfera (specyfika, blog jako sieć społecznościowa, karnawalizacja blogów, profesjonalizacja hobby),
- kultura popularna (najważniejsze trendy, powroty do „klasyki”).

Możliwe są także inne, zaproponowane przez Uczestników seminarium zagadnienia. Zapraszam do kontaktu e-mailowego. Z przyjemnością odpowiem na wszelkie Państwa pytania i wątpliwości

Kontakt: agnieszka.necka@gmail.com lub agnieszka.necka@us.edu.pl.

2. dr hab. Zbigniew Kadłubek, prof. UŚ

Drogi i Drodzy, moje seminarium, a właściwie nasze seminarium, chciałbym poświęcić kryzysowi myślenia we współczesnym świecie (instytucje kultury, polityka, szkoły, uniwersytety, media, religie). Kryzys myślenia prowadzi do nietolerancji – łączącej się w jakiś sposób z naiwnością oraz infantyлизmem. Pewne grupy dążą do tego, by zamknąć jednostkę, grożąc jej karą lub zdradą stanu. Odbierają jednostce prawa do wątpienia, rozumowania, ironii, a nawet śmiechu. Kolektywna matryca zniewala jednostkę, ignorując jej prawo do myślenia lub zmyślenia. To chyba dzisiejszy potężny kryzys, który dałoby się jedynie porównać z hitleryzmem czy stalinizmem. Lektura Alaina Finkelkrauta pomoże nam niektóre procesy





kryzysu myślenia zrozumieć. Cytując wspomnianego Fikielkrauta można by rzec, iż powoli nasze życie ustępuje miejsca konfrontacji fanatyka i zdechlaka. Dlaczego myślenie ustępuje uniwersalnej komunikacji? A fakty – fejkom? Prawda zaś – upowszechnionemu banałowi? No i myślenie – tzw. (dziecinnej) powszechnej opinii? Na te pytania będziemy się starali odpowiedzieć podczas naszych dyskusji (a może sporów?). Trzeba też wziąć pod uwagę, że zarówno „kryzys”, jak i „krytyka”, mają ten sam grecki źródłosłów. Zastanowimy się nad spotkaniem kryzysu z krytyką. Zapraszam Seminarzystki i Seminarzystów do wspaniałej przygody. Trudno tę przygodę nazwać, bo wyruszymy w nią razem i nie wiemy, dokąd nas zaprowadzi. Na pewno do napisania prac magisterskich, ale do czego jeszcze? Czytać będziemy niewiele (choć nie unikniemy kilku lektur). Rozmawiać będziemy dużo (całkowicie w tonacjach kryzysologicznych). Jedno jest pewne: nie pozwolimy ponieść porażki myśleniu! Serdecznie zapraszam w drogę, której na imię MYŚLENIE.

Kontakt: kadlubek@pseudonim.pl
zbnigniew.kadlubek@us.edu.pl
zbnigniew.kadlubek@bs.katowice.pl

3. prof. dr hab. Dariusz Rott

Zapraszam Państwa na moje seminarium. Oto proponowane kręgi tematyczne oraz zagadnienia (szczegółowe tematy ustalimy wspólnie):

Kręgi tematyczne:

- budowanie wizerunku w sieci, budowanie marki osobistej (personal branding) (celebryci, naukowcy, dziennikarze, pisarze, muzycy) – szczególnie interesują mnie na przykład następujące osoby: Jarosław Kuźniar, Marcin Kydryński, Marek Niedźwiecki;
- komunikacja społeczna (szczególnie media relation, rzecznictwo prasowe);
- komunikacja marketingowa w placówce oświatowej, instytucji kultury (np. galeria sztuki, muzeum), redakcji prasowej, szkole wyższej;
- zarządzanie marką (brand management) (np. produktem turystycznym) i wizerunkiem medialnym (np. celebrytów, regionów turystycznych, biur podróży, wykonawców muzycznych, wydawnictw),
- kreowanie marki (creative brand) (np. w przemyśle muzycznym i turystycznym, kuchni regionalnej),
- promocja usług w portalach społecznościowych (zwłaszcza w branży muzycznej, turystycznej i wydawniczej),





- promocja edukacyjna (szczególnie w zakresie podręczników szkolnych i wydawnictw oświatowych).

Wstępny akces na moje seminarium należy zgłaszać drogą mailową: dariusz.rott@us.edu.pl

Proszę o przesłanie mi listu motywacyjnego z proponowaną tematyką pracy dyplomowej (do 1800 znaków) oraz adresu mailowego do 9 października. Limit przyjęć: do 13 osób.

Przykładowe tematy prac licencjackich z ostatnich lat:

Działalność promocyjna bibliotek publicznych – Miejska Biblioteka Publiczna w Chrzanowie; Perswazja w reklamie biura podróży Rainbow Tours S.A.; Promocja turystyki na przykładzie kampanii „Zainspirowanie Islandią”; Nekromarketing. Dziedzictwo kulturowe zmarłych gwiazd; Strategia budowania wizerunku artystycznego oraz jego rebranding na przykładzie twórczości Ralpha Kaminskiego; Wizerunek w mediach społecznościowych. Analiza porównawcza wytwórni rapowych w Polsce na przykładzie SBM Label i Asphalt Records; Promocja instytucji na przykładzie Akademii WSB w Dąbrowie Górniczej.

Kontakt: dariusz.rott@us.edu.pl

