

**SEMINARIÓW DYPLMOWE (MAGISTERSKIE)  
STUDIA II STOPNIA  
2024/2025**

[Opis seminariów dla specjalności Język biznesu](#)

**dr hab. Andrzej Porzuczek, prof. UŚ**  
[andrzej.porzuczek@us.edu.pl](mailto:andrzej.porzuczek@us.edu.pl)

Seminarium magisterskie przygotowuje studenta do napisania pracy magisterskiej. Student zapoznaje się z metodologią badań humanistycznych, w tym określaniem celów badawczych, stawianiem pytań i formułowaniem hipotez, zasadami zbierania i klasyfikowania danych, przedstawiania wyników oraz formułowaniem wniosków. Omawiane są także techniczne aspekty pisania pracy takie jak jej struktura, posługiwanie się językiem akademickim, korzystanie z literatury, jak również kwestie związane z etyką badań naukowych oraz praw autorskich.

Tematyka prac obejmuje problematykę przyswajania języka obcego, fonologię i fonetykę. Zasadniczą częścią seminarium są indywidualne konsultacje z promotorem poświęcone rozwiązywaniu bieżących problemów studenta w kolejnych fazach przygotowywania pracy dyplomowej.

**dr hab. Krystyna Warchał, prof. UŚ**  
[krystyna.warchal@us.edu.pl](mailto:krystyna.warchal@us.edu.pl)

Seminarium magisterskie o charakterze językoznawczym, tematycznie skoncentrowane na komunikacji naukowej i – szerzej – przekazywaniu treści naukowych. Możliwy zakres problemowy poruszany w pracach to analiza wybranych gatunków akademickich (także w perspektywie porównawczej), gatunki cyfrowe w komunikacji naukowej, wykorzystanie mediów popularnych i społecznościowych do przekazywania treści naukowych, język angielski jako międzynarodowy język nauki, wybrane cechy językowe oraz problemy przekładu tekstu naukowego, językowe i retoryczne mechanizmy popularyzacji wiedzy naukowej, językowe aspekty doradztwa naukowego i aktywizmu naukowego.

**dr hab. Adam Wojtaszek, prof. UŚ**  
[adam.wojtaszek@us.edu.pl](mailto:adam.wojtaszek@us.edu.pl)

Tematyka seminarium związana jest z zakresem tematycznym prac powstających pod moim kierunkiem. W ramach jednego seminarium proponuję cztery wątki tematyczne, do wyboru.

- 1. Badania translatoryjne.** W ramach tego tematu prowadzone będą badania nad tłumaczeniem ustnym i pisemnym, w różnych jego przejawach. Materiałem

analitycznym będzie zawsze para (ewentualnie triada) tekstów, z których jeden będzie tekstem oryginalnym, a pozostałe jego tłumaczeniami.

2. **Badania nad językami specjalistycznymi.** W ramach tego tematu zajmiemy się różnymi przejawami specjalistycznego wykorzystania języka w konkretnych sytuacjach społeczno-profesjonalnych. Mogą to być specjalistyczne rejestry związane z takimi dziedzinami jak prawo, medycyna, technologia czy ekonomia, ale możliwe jest również przyjrzenie się konkretnym mikro-gatunkom, takim jak na przykład przepisy kulinarne, komentarze do zdjęć zamieszczanych na portalach społecznościowych, noty degustacyjne w opisach win lub też wypisy ze szpitali.
3. **Badania nad językiem reklamy i dyskursem promocyjnym.** W ramach tego tematu zajmiemy się różnymi formami reklamy i dyskursu promocyjnego, zarówno w zakresie badania odbioru komunikatów reklamowych i promocyjnych, jaki i analizy zawartości. Główną dyscypliną, w ramach której będzie przeprowadzana analiza będzie językoznawstwo, na pewno jednak uwzględnione mogą być także zmienne psycholingwistyczne, socjolingwistyczne oraz kulturoznawcze.
4. **Badania aktów mowy.** W ramach tego tematu przyjrzymy się sposobom, w jaki realizowane są na poziomie języka różnego rodzaju akty mowy (prośby, polecenia, przeprosiny, obietnice, kondolencje, inwektywy, pochwały, komplementy, itp.), najlepiej w ujęciu kontrastywnym, z uwzględnieniem języka polskiego i angielskiego, być może także innych języków.