

studia stacjonarne 16-17.03.2020 / zdalne1

Komunikowanie polityczne

1. Wizerunek polityka.
2. Metody badania i analizy wizerunku polityka.
 - a. Metoda dyferencjału semantycznego (Charles E. Osgood, George J. Suci i Percy H. Tannenbaum).
 - b. Badania sondażowe (Martin P. Wattenberg).
 - c. Analizy treści publicznych wystąpień polityków (David G. Winter).
3. Spostrzeganie i ocena wymiarów wizerunków polityków.
 - a. Prototyp idealnego przywódcy politycznego
 - i. Analiza charyzmy politycznej (Mark Leary).
4. Komunikacja niewerbalna wizerunku polityka.
 - a. Podstawowe funkcje komunikacji niewerbalnej (Michael Argyle).
 - b. Typologia E. T. Halla.
 - c. Dziesięć podstawowych obszarów związanych z niewerbalnymi aktami komunikacyjnymi (prof. Zbigniew Nęcki).
 - d. Mity komunikacji niewerbalnej. Reguła 7% – 38% – 55% / Albert Mehrabian
 - e. Komunikacja niewerbalna polityka – postawa ciała, gestykulacja, ubiór, kolorystyka (Aleksander Kwaśniewski). – kontynuacja podczas kolejnego wykładu

Komunikacja w nowych mediach

1. Analiza danych raportu „Rodzice nastolatków 3.0” /2018.
2. Analiza danych raportu ”EU Kids online” /2018.

Nowe media w perspektywie przestrzeni medialnej

1. Cechy nowych mediów sprzyjające agresji elektronicznej.
2. Typologia agresji elektronicznej (prof. J. Pyżalski).
3. Typologia agresji elektronicznej wobec przedstawicieli mediów (M. Kaczmarek-Śliwińska& J. Pyżalski).
4. Analiza wyników badań WeAreSocial&Hootsuite Digital2020

Konwersatorium specjalistyczne II / lab. / Komunikacja w biznesie

1. Prezentacja projektu: Komunikacja lidera – Jeff Bezos
2. Prezentacja projektu: Komunikacja lidera – Richard Branson

Aspekty prawne i etyczne PR / specj.

1. Prezentacja projektu: Aspekty prawne PR: marka „Adrian”
2. Prezentacja projektu: Aspekty prawne PR: marka „Tiger”