



ZESTAW PYTAŃ Z DZIEDZINY WIEDZY OGÓLNODZIENNIKARSKIEJ NA EGZAMIN MAGISTERSKI*

SPECJALNOŚĆ PUBLIC RELATIONS I MARKETING MEDIALNY

1. Omów przejawy tabloidyżowania się dzienników i czasopism
2. Najważniejsze dzienniki i tygodniki (polskie i zagraniczne).
3. Wartościowanie w języku mediów.
4. Funkcje komunikowania.
5. Propaganda jako dziedzina perswazyjna (znaczenie pojęcia i zastosowanie).
6. Omów kryteria poprawności językowej
7. Medialne koncerty prasowe na rynku polskim – wymień tytuły, omów cechy charakterystyczne ich działalności
8. Media – definicje, klasyfikacje, funkcje, normy
9. Polskie tygodniki opinii – tytuły, funkcje, profile tematyczne
10. Omów (min. 3) modele komunikowania masowego
11. Mediatyzacja polityki – analiza pojęcia
12. Kompetencja komunikacyjna – definicja i elementy składowe
13. Komunikacja niewerbalna – cechy charakterystyczne
14. Poziomy komunikowania w systemie społecznym (piramida komunikowania)
15. Uwarunkowania użycia języka w przekazach medialnych – gatunki, publiczność, autoprezentacja, perswazja
16. Gwarancje prawne wolności słowa w Polsce
17. Ochrona dóbr osobistych.
18. Różnice między zniewagą a pomówieniem.
19. Sprostowanie i odpowiedź (przedmiot ochrony, zasady udzielania i publikacji).
20. Odpowiedzialność dziennikarza wobec źródła informacji.
21. Media a reklama – wzajemne relacje
22. Perswazyjna rola reklamy
23. Retoryka reklamy – podstawowe pojęcia
24. Media społecznościowe – cechy charakterystyczne
25. Internet – silne i słabe strony
26. Ochrona dóbr osobistych w polskich rozwiązaniach prawnych.

Warszawa, 11 maja 2013 r.

* Podczas obrony magisterskiej student losuje jedno pytanie z powyższej listy.