

Procedura dyplomowania na kierunku Media mastering

Program studiów nie przewiduje pisania pracy dyplomowej (licencjackiej). Studia kończą się ustnym egzaminem dyplomowym składanym przed komisją powołaną przez dziekana. W ramach przygotowania do egzaminu dyplomowego studenci uczestniczą w seminarium dyplomowym realizowanym w ostatnim semestrze. Lista prowadzących seminaria jest udostępniana studentom przed rozpoczęciem semestru.

Tematyka seminariów obejmuje zagadnienia z zakresu przedmiotów obowiązkowych realizowanych w czasie studiów, a ich lista, po zatwierdzeniu przez Dziekana jest udostępniana seminarzystom na początku roku akademickiego. Warunkiem zaliczenia seminarium jest opracowanie projektu dyplomowego składającego się z części teoretycznej w postaci dokumentacji projektowej (o łącznej objętości około 20 tys. znaków) oraz z części praktycznej - multimedialnej prezentacji tego zagadnienia i umieszczenie jej na platformie Ms Teams Uczelni.

Tematyka projektów seminaryjnych musi być związana ze studiowanym kierunkiem i prezentować praktyczne wykorzystanie osiągniętych w trakcie studiów efektów uczenia się (np. kampania komunikacyjna firmy/organizacji, kampania wizerunkowa, dokumentacja i stworzenie strony internetowej wraz ze wszystkimi koniecznymi jej komponentami, zgodnie z sztuką UX i projektowania uniwersalnego, blog i jego popularyzacja z wykorzystaniem najnowszych trendów, wykorzystanie social mediów dla promocji i budowania wizerunku przez jednostki lub organizacje, projekt kampanii społecznej, plan kampanii politycznej, projekt dotyczący organizacji i promocji wydarzenia kulturalnego, społecznego itp.).

W trakcie ustnego egzaminu dyplomowego student odpowiada na trzy pytania: dwa z nich pochodzą z listy zagadnień egzaminacyjnych, jedno dotyczy zagadnienia związanego z projektem.

Lista zagadnień:

- 1/ Rola i funkcje mediów we współczesnym społeczeństwie informacyjnym.
- 2/ Teorie oddziaływania mediów na odbiorcę.
- 3/ Rewolucja cyfrowa i jej wpływ na tradycyjne modele komunikacji masowej. Algorytmizacja treści w mediach społecznościowych a zjawisko baniek informacyjnych.
- 4/ Wykorzystanie sztucznej inteligencji (AI) w procesach kreacji i produkcji medialnej.
- 5/ Storytelling w nowoczesnych projektach multimedialnych.
- 6/ Zarządzanie projektem medialnym – omówienie wybranych metodyk (np. Agile).
- 7/ Budowanie marki w środowisku cyfrowym.
- 8/ Content Marketing jako narzędzie budowania zaangażowania odbiorców.
- 9/ Etyka mediów i odpowiedzialność twórcy w dobie dezinformacji i fake news. Zjawisko hejtu i mowy nienawiści – aspekty prawne i społeczne.
- 10/ Prawo autorskie i ochrona dóbr osobistych i wizerunku w publikacjach internetowych.
- 11/ Zarządzanie sytuacją kryzysową w mediach społecznościowych.
- 12/ Rozwój podcastingu i streamingu jako alternatywy dla mediów linearnych.