

**Zakres i forma egzaminu dyplomowego dla studentów
Wydziału Politologii i Dziennikarstwa na kierunku:
Produkcja medialna – studia stacjonarne pierwszego stopnia -
w roku akademickim 2020/2021**

1. Egzamin dyplomowy jest egzaminem ustnym.
2. Na egzaminie dyplomowym student losuje trzy pytania z listy pytań egzaminacyjnych.

Produkcja medialna I stopień – zagadnienia na egzamin dyplomowy

1. Czynności opisywane przez strategię zarządzania mediami społecznościowymi.
2. Dziedziny produkcji medialnej, w których niezbędne są kompetencje dotyczące właściwej emisji głosu oraz głosowej interpretacji tekstu.
3. Elementy składające się na udratyzowaną akcję.
4. Etapy przygotowania produkcji medialnej.
5. Francuska Nowa Fala: idee, twórcy, filmy.
6. Gry językowe, jako narzędzie oddziaływania we współczesnej komunikacji medialnej.
7. Inscenizacja filmowa i jej rodzaje.
8. Kultura, jako komunikacja.
9. Kultura masowa a kultura popularna.
10. Logika mediów i pragmatyzm komunikacyjny.
11. Media relations, jako sposób kreowania wizerunku organizacji.
12. Model AIDA, jako modelowa relacja klienta względem reklamowanego produktu.
13. Modele komunikacji.
14. Narracyjna funkcja montażu filmowego.
15. Polityka: wybrane elementy teorii i praktyki.
16. Polska szkoła filmowa: założenia, twórcy, filmy.
17. Prawo, obyczaje i etyka, jako regulatory życia społecznego.
18. Problem determinizmu technologicznego w kontekście współczesnych mediów.
19. Rodzaje reklamy komercyjnej.
20. Rola fotografii we współczesnym świecie.
21. Scenariusz - zawartość, cechy charakterystyczne.
22. Społeczeństwo obywatelskie oraz społeczeństwo informacyjne.
23. Sposoby przyciągania uwagi klientów stosowane we współczesnych reklamach.
24. Sposoby ustalania poprawnej ekspozycji w kamerach elektronicznych.
25. Techniki manipulacji językowej (na przykładzie wypowiedzi zapośredniczonej przez media).
26. Teorie oddziaływania mediów.
27. Uczestnicy rynku medialnego w Polsce mogący udzielać dofinansowania na produkcję filmową.
28. Wybrane figury stylistyczne w narracji.
29. Zasada „odwróconej piramidy” w konstruowaniu informacyjnego przekazu medialnego.
30. Zasady reagowania na kryzys.