

Dr hab. Robert Słabczyński, prof. UR

Zakład Onomastyki

Seminarium magisterskie 2024-2026

Problematyka seminarium magisterskiego obejmuje dwa obszary badawcze, które w zależności od zainteresowań studentów zostaną uszczegółowione:

- język promocji i reklamy, pragmatyka reklamy, środki perswazji (językowe i pozajęzykowe), formy reklamy, zmysły w reklamie itp. zagadnienia;
- język w mediach, medialny obraz świata.

Po indywidualnej konsultacji możliwe są również inne propozycje seminarzystów.