

III Ogólnopolska Konferencja Naukowa z cyklu „Prowadzeni obrazami”

OBRAZ. WIZERUNEK. MARKETING

Warszawa 14–15 marca 2019 r.



**miejsce obrad: SGGW, ul. Nowoursynowska 166, bud. 8, s. 116 (I piętro)**

**Czwartek 14 marca**

**10.00–11.30** Otwarcie konferencji. **Wizerunek – prezentacja czy mistyfikacja** – dyskusja panelowa

Kawa

**12.00–14.00** Wizerunek i tożsamość we wspólnocie popkulturowej

1. Małgorzata Bogunia-Borowska, UJ, *Tożsamość budowana wraz z mediami społecznościowymi. Analiza zjawiska na przykładzie bloga Bushcraft Spark – Nowe oblicze lasu*
2. Kacper Madej, UAM, *Rekonstrukcja wizerunku kulturystów na podstawie fanowskich filmów motywacyjnych*
3. Kinga Rogowska, UW, *Promocja filmów Marvel Studios na przykładzie "Avengers: Infinity War". Analiza multimodalna dyskursu marketingowego*
4. Maciej Kośmicki, UAM, *Ponad sto minut reklam, a wszyscy są zadowoleni!*

Obiad

**15.00–16.30** Instytucje i miejsca – tworzenie wizerunku

1. Alicja Waszkiewicz-Raviv, UW, *Sposoby estetyzacji instytucji a konotacje piękna siedziby organizacji*
2. Jakub Szczepkowski, UMK, *Kreowanie wizerunku miast w mediach społecznościowych. Analiza porównawcza na podstawie dwóch największych miast województwa kujawsko-pomorskiego: Bydgoszczy i Torunia*
3. Wioletta Ernst, Katarzyna Kurowska, PO, *Fotografia jako element kreowania wizerunku biblioteki – profil społecznościowy Biblioteki Głównej Politechniki Opolskiej*

Kawa

**16.45–17.30** Co pokazuje fotografia – obraz w kontekście

1. Anna Bielecka, UW, *Storytelling we współczesnej fotografii narracyjnej na przykładzie twórczości Gregorego Crewdsona*
2. Katarzyna Sobczak, Warszawa, *Sprzedawanie obrazami, czyli próba typologizacji strategii obecnych w zarządzaniu wizualnością na okładkach tygodników opinii*

**Piątek, 15 marca 2019**

**9.30–10.30** Retoryka – nowe media – marka

1. Nastazja Ciupa, ASP Warszawa, *Retoryka obrazu w tworzeniu i budowaniu wizerunku*
2. Anna Kiryjow-Radzka, SGGW, *Nowe media w budowaniu marki i wizerunku uczelni*

Kawa

**11.00–12.30** Wizerunek i strategię komunikacji

1. Aneta Wójciszyn-Wasil, KUL, *Słowo – obraz – interakcja. Przekaz wizualny w promocji literatury audialnej*
2. Małgorzata Adamik-Szysiak, UMCS, *Obraz jako narzędzie autokreacji w strategiach komunikowania polityków na Twitterze*
3. Agnieszka Kampka, SGGW, *Celebryta czy zwykły człowiek – budowanie wizerunku prezydenta na Instagramie*

organizatorzy:

