

Lp.	Temat projektu	Wprowadzenie do tematyki badań	Kompetencje rozwijane dzięki udziałowi w projekcie	Imię i nazwisko oraz tytuł lub stopień naukowy opiekuna projektu	Informacje o opiece nad projektem	Nazwa Katedry/Instytutu
1	Emocje w polityce i stosunkach międzynarodowych	Coraz częściej słyszymy, że emocje zawładnęły polityką i stosunkami międzynarodowymi. Kiedyś miało być inaczej, lepiej, bo kierowano się obiektywnymi kryteriami. Tymczasem badania politologiczne i historyczne temu przeczą. W dodatku psychiatrzy i neuronaukowcy podsuwają nam kolejne argumenty, jak chociażby zależność emocji od kultury. Jeżeli zastanawiasz się nad aspektami psychologicznymi polityki oraz stosunków międzynarodowych, tym czy możemy mówić o racjonalności oraz dlaczego Amerykanie zachowują się inaczej niż np. Chińczycy to zapraszam Cię do króliczej nory emocji.	Realizując projekt nauczysz się: 1) oceny materiałów pod kątem wiarygodności (dlaczego możemy zaufać jednemu źródłu, a drugiemu nie?) 2) selekcji źródeł (dlaczego z pewnych informacji, które wydają nam się początkowo ważne zrezygnować i jak to zrobić?) 3) planowania projektu, tak aby doprowadzić go do końca (czy to prezentacja czy esej) 4) argumentowania (jak przekonywać dla swoich racji?) 5) pozyskiwania informacji ukrytych między wierszami 6) i przede wszystkim realizacji swoich pasji i rozwijania umiejętności. Na prośbę ucznia możliwe jest szkolenie z programu Zotero (robienie notatek, gromadzenie źródeł, sporządzanie bibliografii bez wysiłku).	Przemysław Piotr Damski	Jestem politologiem i historykiem, specjalistą w zakresie emocji w stosunkach międzynarodowych, Aktyki w stosunkach międzynarodowych, polityki zagranicznej USA oraz dyplomacji przed i w trakcie I wojny światowej. Prowadziłem badania w USA, Wielkiej Brytanii, Niemczech, Holandii i Norwegii. Uwielbiam pracę ze studentami i młodzieżą, kino, rock progresywny i wypadki z rodziną.	Katedra Teorii i Historii Stosunków Międzynarodowych
2	Polityka promocji zdrowego odżywiania (np. kampanie marketingu społecznego, etykiety i certyfikaty żywności, aplikacje na smartfony, działania w mediach społecznościowych - influencer marketing)	definicję zdrowego odżywiania sposoby promocji zdrowego odżywiania marketing społeczny / reklama społeczna wybrane kampanie marketingu społecznego promujące zdrowe odżywianie np. Pij mleko, Nie serwuj sobie choroby, Jedz owoce i warzywa itp. systemy etykietowania produktów żywnościowych np. Nutriscore aplikacje żywieniowe influencer marketing na rzecz zdrowego odżywiania	Rozwinięcie wybranych zainteresowań ucznia związanych z polityką promocji zdrowego odżywiania. Opracowanie metod i ścieżki rozwoju zainteresowań, będących podstawą do kontynuowania nauki po zakończeniu liceum. Zapoznanie ucznia z podstawową metodologią badawczą, technikami wyszukiwania informacji oraz metodami organizacji pracy naukowej. Nabycie przez ucznia zaawansowanej wiedzy na temat jego zainteresowań. Zapoznanie z technikami prezentacji wyników badań podczas seminarium naukowego.	prof. dr hab. Paweł Bryła	Zainteresowania naukowe prof. Bryły koncentrują się wokół marketingu regionalnych i ekologicznych produktów żywnościowych, polityki promocji zdrowego odżywiania, roli informacji związanych ze zdrowiem na rynku żywności, etnocentryzmu konsumenckiego oraz międzynarodowej mobilności studentów. Znajduje się w 2% najczęściej cytowanych naukowców na świecie.	Katedra Marketingu Międzynarodowego i Dystrybucji
3	Wolność słowa a odpowiedzialność: Granice w debacie publicznej	Projekt badawczy skupia się na analizie wolności słowa jako kluczowego elementu demokracji oraz jej ograniczeń (prawnych, społecznych, etycznych) w kontekście odpowiedzialności za przekaz. Celem jest zrozumienie roli mediów w kształtowaniu debaty publicznej, wpływu fake newsów na opinię społeczną oraz mechanizmów manipulacji stosowanych w kampaniach wyborczych. Uczniowie przeprowadzą systematyczną analizę wybranych przypadków kontrowersyjnych wypowiedzi, badając, gdzie przebiega granica między wolnością słowa a hejtem, dezinformacją lub naruszaniem praw innych.	Kompetencje rozwijane dzięki udziałowi w projekcie: 1. Krytyczne myślenie – analiza przekazów medialnych i rozpoznawanie manipulacji. 2. Umiejętności badawcze – zbieranie danych i ich weryfikacja 3. Komunikacja – argumentowanie i prowadzenie dyskusji. 4. Świadomość obywatelska – zrozumienie roli wolności słowa w demokracji.	dr Paweł Stępień	Dr Paweł Stępień – adiunkt w Katedrze Systemów Politycznych Wydziału Studiów Międzynarodowych i Politologicznych Uniwersytetu Łódzkiego. Jego badania koncentrują się na samorządzie terytorialnym, polityce lokalnej oraz zachowaniach i anomaliiach wyborczych.	Katedra Systemów Politycznych
4	Gry wojenne na bazie operacji wojskowych pierwszej połowy dwudziestego wieku	Projekt obejmuje krytyczną analizę literatury na temat wybranej operacji wojskowej, dwie rozgrywki w jedną lub dwie gry planszowe symulujące wybraną operację wojskową, stworzenie raportów bitewnych po każdej rozgrywce oraz przygotowanie ogólnego porównania obu rozgrywek oraz ich przebiegu w stosunku do wydarzeń historycznych. Wachlarz działań wojskowych możliwych do wykorzystania w symulacjach przy wykorzystaniu gier planszowych jest bardzo szeroki (od pojedynczych bitew, poprzez operację wojskowe po działania prowadzonych na całych frontach).	Rozwinięcie wybranych zainteresowań ucznia związanych z historią wojskowości I wojny światowej, wojny polsko-bolszewickiej lub II wojny światowej. Zapoznanie ucznia z podstawową metodologią badawczą, technikami wyszukiwania informacji oraz metodami organizacji pracy. Rozwinięcie przez ucznia zdolności logicznego myślenia, zwłaszcza w zakresie planowania operacji i realizacji założeń operacyjnych. Rozwinięcie przez ucznia zdolności analitycznych oraz komparatystycznych. Rozwinięcie umiejętności z zakresu zarządzania ryzykiem.	Krzysztof Zdulski, doktor	Opiekun prowadzi badania naukowe z zakresu historii stosunków międzynarodowych i historii wojskowości dwudziestolecia międzywojennego oraz II wojny światowej. Część prowadzonych przez niego zajęć dydaktycznych również dotyczy tych okresów. Posiada doświadczenie w wykorzystaniu strategicznych i wojennych gier planszowych w procesie dydaktycznym.	Katedra Bliskiego Wschodu i Północnej Afryki
5	Austria i Niemcy w środowisku międzynarodowym	Dwa kraje znajdujące się w sercu Europy – Niemcy i Austria – przez stulecia stanowiły jej najważniejszych graczy, decydujących o jej przyszłości i rozwoju. Po II wojnie światowej Niemcy i Austria odbudowały swą pozycję stając się istotnymi graczami na arenie międzynarodowej. Na podstawie materiałów źródłowych takich jak programy wyborcze partii, doniesienia medialne można skutecznie badać intencje podmiotów politycznych oraz praktyczne wdrażanie ich w życie.	Realizacja zainteresowań naukowych i pasji, zapoznanie z metodologią badań, zdobycie podstawowej wiedzy na temat Austrii i Niemiec, nauka pozyskiwania wiarygodnych informacji, opracowanie zebranego materiału, przygotowanie prezentacji,	dr Anna Patecka-Frauenfelder	absolwentka filologii germńskiej UŁ, w 2007 r. obroniła pracę doktorską pt. Stereotyp "Drang nach Osten" w polskiej prasie narodowej 1989-2003" , zainteresowania naukowe oscylują wokół roli Austrii i Niemiec w szeroko rozumianych relacjach międzynarodowych, preferowaną metodą badawczą jest badanie dyskursu i analiza dyskursów materiałów źródłowych i medialnych;	Katedra Badań Latinoamerykańskich i Porównawczych/Wydział Studiów Międzynarodowych i Porównawczych

6	Kampania wyborcza od podstaw. Co zrobić aby wygrać wybory.	Współczesne kampanie wyborcze stanowią złożone przedsięwzięcia komunikacyjne, organizacyjne i strategiczne, których celem jest skuteczne zdobycie poparcia społecznego. W dobie mediów cyfrowych, personalizacji przekazu i rosnącej roli marketingu politycznego, sukces wyborczy zależy nie tylko od programu politycznego, ale także od umiejętności organizacji kampanii, zarządzania informacją oraz mobilizacji elektoratu. Niniejszy projekt ma na celu analizę kluczowych elementów skutecznej kampanii – od planowania strategii, przez tworzenie przekazu, aż po działania strategiczne i analityczne.	Uczestnictwo ucznia w projekcie może rozwijać wiele praktycznych i społecznych kompetencji. Oto najważniejsze z nich: I. Kompetencje poznawcze i analityczne (ocena strategii politycznych, argumentów i przekazów medialnych); II. Kompetencje komunikacyjne (tworzenie przekazu politycznego – pisanie przemówień, sloganów, materiałów promocyjnych); III. Kompetencje społeczne (praca zespołowa – współpraca w sztabie wyborczym, podział ról i zadań. Empatia i rozumienie potrzeb społecznych); IV. Kompetencje organizacyjne i techniczne (planowanie kampanii – harmonogram działań, budżet, logistyka wydarzeń, zarządzanie projektem wyborczym, organizacja oraz koordynacja działań); V. Kompetencje obywatelskie (zaangażowanie społeczne, świadomość praw i obowiązków obywatelskich, etyka polityczna).	dr Marek Sempach	Marek Sempach jest badaczem a zarazem praktykiem marketingu politycznego. Posiada długoletnie doświadczenie w nauczaniu tego zagadnienia. łączy kompetencje akademickie z praktyką rynkową w zakresie analityki oraz strategii wyborczych.	Pracownia Marketingu Politycznego
---	---	--	---	------------------	--	-----------------------------------