

Politechnika Krakowska im. Tadeusza Kościuszki

KARTA PRZEDMIOTU

<i>Współczesne formy multimedialnego przekazu</i> <i>nazwa przedmiotu</i>
Contemporary forms of multimedia communication <i>nazwa przedmiotu w języku angielskim</i>
Polski <i>język wykładowy</i>
3 <i>kategoria przedmiotu/grupa zajęć</i>

Cykl kształcenia rozpoczynający się od: rok akademicki...2025/2026....., semestr.....

Jednostka organizacyjna: do uzgodnienia z opiekunem kierunku

Kierunek studiów

Specjalność Wszystkie

Profil studiów: Do uzgodnienia z opiekunem kierunku

Poziom studiów: Do uzgodnienia z opiekunem kierunku

Forma studiów: Do uzgodnienia z opiekunem kierunku

Wymagania wstępne:

1. Brak

Cele przedmiotu:

1. Przedstawienie studentom podstawowych form i technik współczesnych przekazów multimedialnych oraz przedstawienie głównych funkcji tych przekazów i obszarów ich stosowania.

2. Wykształcenie umiejętności samodzielnej analizy formy i treści przekazów multimedialnych.

3. Wykształcenie postawy otwartości na analizowanie społecznych uwarunkowań, zasad i technik komunikacji multimedialnej oraz tworzenia przekazów z wykorzystaniem wiedzy o kolorze, wielkości i kształcie, technikach reklamy wizualnej.

Efekty uczenia się:

Kod efektu uczenia się	Opis efektu uczenia się	Kod kierunkowego efektu uczenia się
Wiedza Absolwent zna i rozumie:		
EW1	społeczne mechanizmy oddziaływania przekazów multimedialnych zawarte w ich treściach i formach. Potrafi opisać ich funkcje i zinterpretować uniwersalne schematy.	
Umiejętności Absolwent potrafi:		
Kompetencje społeczne Absolwent jest gotów do:		
EK1	do prowadzenie samodzielnej analizy przekazu multimedialnego oraz wskazywania jego celu, ma kompetencje w zakresie kategoryzowania odbiorców oraz zasad efektywnego połączenia formy z treścią.	
EK2	do identyfikowania i dekodowania technik manipulacyjnych stosowanych w przekazach multimedialnych. Potrafi wskazać psychologiczne i społeczne uwarunkowania komunikacji multimedialnej.	

Forma zajęć, semestralna liczba godzin:

Semest r	Punkt y ECTS	Forma zaliczeni a (E/Z)	Wykład y (W)	Ćwiczeni a (C)	Laboratori a (L)	Laboratoria komputerow e (LK)	Projekt y (P)	Seminari a (S)	Praktyka zawodow a (PZ)
	2	Z						15	

E – egzamin; Z – zaliczenie

Treści programowe:

Lp.	Forma zajęć	Tematyka zajęć	Liczba godzin
1	S	Przekaz multimedialny w społeczeństwie globalnym: Charakterystyka poszczególnych typów przekazu, funkcji i form. „Teleświaty”, Flixus, assemblage.	6
2	S	Obszary stosowania przekazów multimedialnych (komunikacja marketingowa, biznes, nauka, sztuka) Przekazy multimedialne w reklamie komercyjnej i społecznej. Zastosowanie multimedialnych technik w analizie rynku, w celowych oddziaływaniach komercyjnych i społecznych.	6
3	S	Społeczne mechanizmy oddziaływania na odbiorców przekazów multimedialnych i społeczno-kulturowe uwarunkowania komunikacji multimedialnej. Przekaz jawny i ukryty - funkcje społeczne.	6
4	S	Wieloaspektowość przekazów medialnych. Kolor, kształt, forma w przekazach multimedialnych. Oddziaływanie celowe i niezaplanowane, przekazy dyskretne. Człowiek w sieci – jako odbiorca informacji i ich kreator. Problematyka wiedzy symulowanej i form weryfikacji wiedzy.	6
5	S	Metodyka i techniki tworzenia społecznie efektywnych przekazów multimedialnych. Ograniczenia i konsekwencje pracy w przestrzeniach wirtualnych.	6

Praca własna studenta:

Lp.	Opis pracy własnej	Liczba godzin
1	Przygotowanie do zajęć, w tym samodzielne studiowanie literatury.	10
2	Przygotowanie projektu zespołowego.	15
3	Konsultacje programowe z prowadzącym.	5

Metody dydaktyczne:

- Seminarium, prezentacje multimedialne, studium przypadku.

Metody i techniki kształcenia na odległość:

zajęcia są możliwe do prowadzenia z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się:

Projekt zespołowy, raport, zaliczenie ustne.

Kryteria oceny:

1. Na ocenę 5.0 - student zna i poprawnie analizuje główne formy, funkcje i konsekwencje przekazów medialnych. Potrafi identyfikować mechanizmy i techniki, które zostały w nich zastosowane.
2. Na ocenę 5.0 - student posiada kompetencje do prowadzenia samodzielnej analizy formy i treści przekazów multimedialnych i projektowania przekazów multimedialnych z wykorzystaniem wiedzy o kolorze, wielkości, kształcie i technikach reklamy wizualnej.
3. Student ma świadomość społecznego znaczenia przekazów multimedialnych, posiada kompetencje umożliwiające mu dekodowanie i analizowanie przekazów medialnych o charakterze manipulacyjnym.

Literatura obowiązkowa:

1. D. Barney, Społeczeństwo sieci. Wyd. Sic!, 2018.

zalecana/fakultatywna:

1. M. Castells, Władza i komunikowanie, PWN, 2021.