



Nazwa przedmiotu	Perswazja medialna
Jednostka prowadząca	Katedra Sztuki Mediów / Wydział Grafiki i Sztuki Mediów
Jednostka dla której przedmiot jest przygotowany	Wydział Grafiki i Sztuki Mediów kierunek sztuka mediów
Rodzaj przedmiotu	Grupa treści kierunkowych, przedmiot obowiązkowy (wybór jednej z autorskich pracowni) dla kierunku Sztuka Mediów
Rok studiów/semestr; forma studiów	rok II - sem. 3 studia II stopnia / stacjonarne
Liczba punktów ECTS	7 pkt ECTS
Prowadzący	prof. zw. Wiesław Gołuch, dr Maja Wolińska, dr Jakub Jernajczyk
Cel zajęć	Przedmiot ma pogłębić wiedzę studenta w obszarze kreowania idei, umiejętności przekonywania do własnych racji, racjonalnego uzasadniania podejmowanych decyzji, doboru optymalnych narzędzi medialnych, swobodnego posługiwania się wybranymi narzędziami medialnymi, budowania własnego światopoglądu artystycznego.
Wymagania wstępne	Zaawansowane opanowanie narzędzi medialnych (od fotografii i wideo do technik komputerowych)
Efekty kształcenia w zakresie:	
– wiedzy	Student poprzez realizację problemowo skonstruowanych tematów autorskich pogłębia wiedzę praktyczną, opartą na doświadczeniu, z obszarów: relacji interpersonalnych, budowania audiowizualnych komunikatów intencjonalnych, inżynierii emocji, kontekstów społecznych i kulturowych, uwarunkowań medialnych i mechanizmów kreowania idei.
– umiejętności	Student poprzez realizację problemowo skonstruowanych tematów autorskich pogłębia umiejętności tworzenia komunikatów perswazyjnych.
– kompetencji personalnych i społecznych	Student uzyskuje pogłębione kompetencje w zakresie interpretacji zachowań personalnych interpersonalnych w powiązaniu z kontekstem społecznym i kulturowym
Treść zajęć	Treścią przedmiotu w semestrze jest dyskurs przy tworzeniu autorskich komunikatów wizualnych i audiowizualnych o wyraźnie zaznaczonych celach i intencjach, w tym: definiowanie celów – artystycznych, społecznych, informacyjnych i komercyjnych, definiowanie środowiska form i narzędzi medialnych, aktywność kreatywną, analizę mechanizmów perswazyjnych wynikających z analizy relacji zawartych w trójce: twórca – media – odbiorca,
Forma i wymiar zajęć	Indywidualne korekty, konsultacje, pokazy i prezentacje, ćwiczenia warsztatowe, realizacje projektów zespołowych. 90 godz./semestr
Metody i kryteria oceny	Oceniane będzie: uczestnictwo w zajęciach, kreatywność i aktywność indywidualna studenta, aktywność dyskursywna oraz poziom zrealizowanych projektów. / 40% - zrealizowanie zadań; 60% - jakość merytoryczna i formalna
Sposób zaliczenia	sem. 3 - przegląd egzam.
Literatura	Znajomość i orientacja w literaturze i ikonografii z zakresu teorii i estetyki nowych mediów oraz mechanizmów perswazyjnych. Polecane: Edward de Bono – Umysł kreatywny, Studio Emka 2009 Marshall McLuhan – Zrozumieć media, WNT 2004 Lev Manovich – Język nowych mediów, WAIp 2006 Kevin Hogan, James Speakman – Ukryta perswazja, Helion 2007 Robert B. Cialdini – Wywieranie wpływu na ludzi, GWP 2004 „Techniki kreatywności” – Mattias Nolke, Flashbook.pl 2008 James Gleick – Informacja. Bit, wszechświat, rewolucja, Wydawnictwo Znak, 2012
Uwagi	
Język wykładowy	polski