



<b>Nazwa przedmiotu</b>	Perswazja medialna
<b>Jednostka prowadząca</b>	Katedra Sztuki Mediów / Wydział Grafiki i Sztuki Mediów
<b>Jednostka dla której przedmiot jest przygotowany</b>	Wydział Grafiki i Sztuki Mediów kierunek sztuka mediów
<b>Rodzaj przedmiotu</b>	Grupa treści kierunkowych, przedmiot obowiązkowy (wybór jednej z autorskich pracowni) dla kierunku Sztuka Mediów, specjalność Fotografia
<b>Rok studiów/semestr; forma studiów</b>	rok II - sem. 3 studia II stopnia / stacjonarne
<b>Liczba punktów ECTS</b>	4 pkt ECTS
<b>Prowadzący</b>	prof. zw. Wiesław Gołuch, dr Maja Wolińska, dr Jakub Jernajczyk
<b>Cel zajęć</b>	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.
<b>Wymagania wstępne</b>	Zaawansowane opanowanie narzędzi medialnych (od fotografii i wideo do technik komputerowych)
<b>Efekty kształcenia w zakresie:</b>	
<b>– wiedzy</b>	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.
<b>– umiejętności</b>	Student poprzez realizację problemowo skonstruowanych tematów autorskich pogłębia umiejętności tworzenia komunikatów perswazyjnych.
<b>– kompetencji personalnych i społecznych</b>	Student uzyskuje pogłębione kompetencje w zakresie interpretacji zachowań personalnych interpersonalnych w powiązaniu z kontekstem społecznym i kulturowym
<b>Treść zajęć</b>	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,
<b>Forma i wymiar zajęć</b>	Indywidualne korekty, konsultacje, pokazy i prezentacje, ćwiczenia warsztatowe, realizacje projektów zespołowych. 60 godz./semestr
<b>Metody i kryteria oceny</b>	Oceniane będzie: uczestnictwo w zajęciach, kreatywność i aktywność indywidualna studenta, aktywność dyskursywna oraz poziom zrealizowanych projektów. / 40% - zrealizowanie zadań; 60% - jakość merytoryczna i formalna
<b>Sposób zaliczenia</b>	sem. 3 - przegląd egzam.
<b>Literatura</b>	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
<b>Uwagi</b>	
<b>Język wykładowy</b>	polski