

Multimedia w biznesie - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Multimedia w biznesie
Kod przedmiotu	11.9-WK-IIED-MB-W-S14_pNadGenM630S
Wydział	Wydział Matematyki, Informatyki i Ekonometrii
Kierunek	Informatyka i ekonometria
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2019/2020

Informacje o przedmiocie	
Semestr	3
Liczba punktów ECTS do zdobycia	5
Występuje w specjalnościach	Analityka biznesowa
Typ przedmiotu	obieralny
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	- dr hab. inż. Silva Robak, prof. UZ - mgr inż. Andrzej Majczak

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Wykład	30	2	-	-	Egzamin
Projekt	15	1	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest poznanie możliwości i zasad stosowania technik multimedialnych w biznesie, zapoznanie się z możliwościami serwisów społecznościowych i „Web 2.0” oraz poznanie zasad wygłoszenia prezentacji multimedialnej.

Wymagania wstępne

Podstawowe umiejętności z obsługi komputerów i sieci Internet.

Zakres tematyczny

Wykład:

1. Istota i geneza technologii multimedialnych. Wynalazki będące fundamentem dla multimediiów, Internet a popularyzacja multimediiów, najnowsze urządzenia multimedialne i ich ogólne zastosowania.
2. Rola obrazu, dźwięku i animacji w przekazie multimedialnym
3. Narzędzia Web 2.0. Przegląd serwisów społecznościowych, Web 2.0.
4. Serwisy typu „Mashup”- zastosowania.
5. Web 3.0 - internet przyszłości.
6. Zastosowania technologii multimedialnych w obszarach ekonomicznych. Multimedia w przedsiębiorstwie, przykłady zastosowań multimediiów w biznesie, multimedia w dydaktyce.
7. Prawo autorskie a treści multimedialne.

Projekt:

Prezentacja multimedialna na wybrany temat związany z biznesem i zarządzaniem.

Metody kształcenia

Tradycyjny wykład; Dyskusja; Projekt grupowy (5 osób w danej grupie) w postaci prezentacji multimedialnej.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbolne efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student zna techniki i narzędzia multimedialne użyteczne w rozwiązywaniu problemów biznesowych; posiada dobrą znajomość zasad działania serwisów społecznościowych „Web 2.0”; Potrafi analizować zmiany zachodzące w społeczeństwie na skutek wprowadzania nowoczesnych technologii; zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony prawa autorskiego.	• K_W01 • K_W15 • K_W20	• egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne • obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	• Wykład

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student rozumie potrzebę nieustannego i systematycznego zapoznawania się z najnowocześniejszymi osiągnięciami technologicznymi oraz uregulowaniami prawnymi; potrafi samodzielnie uzupełniać i aktualizować wiedzę w zakresie nowoczesnych technologii, ze szczególnym uwzględnieniem źródeł internetowych.	• K_U05 • K_K03	• obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta • projekt • przygotowanie referatu	• Projekt
Student potrafi dobrać i ocenić przydatność danej technologii do rozwiązania konkretnego problemu społeczno-gospodarczego; potrafi odnosić się do obowiązujących norm prawnych i zasad ochrony wartości intelektualnej w obszarze multimediów.	• K_U10 • K_U12 • K_U14 • K_U15	• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach • przygotowanie projektu	• Projekt

Warunki zaliczenia

Udział w zajęciach jest obowiązkowy. Na ocenę z przedmiotu składa się ocena z projektu (50%) oraz ocena z egzaminu (50%). Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest pozytywna ocena z projektu i egzaminu.

Literatura podstawowa

1. A. Szewczyk, Multimedia w biznesie, Difin, 2008.
2. Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (z późniejszymi zmianami).

Literatura uzupełniająca

1. Multimedia w biznesie i zarządzaniu, Leszek Kiełtyka (red.), Kantor Wydawniczy Zakamycze, Grupa Wolters Kluwer, Kraków 2009.
2. Amy Shuen, Web 2.0. Przewodnik po strategiach, 2009.
3. D.Flisak, Utwór multimedialny w prawie autorskim. Wolters Kluwer, Warszawa, 2008.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr Alina Szelecka (ostatnia modyfikacja: 17-11-2020 06:19)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ