

## **Multimedia w biznesie.**

redakcja naukowa Agnieszka Szewczyk

W książce omówiono istotę multimedii, składniki tego pojęcia (tekst, dźwięk, grafikę, animację i wideo), ich genezę, historię i typy, a także niezbędne urządzenia i instalacje. Wskazano na rolę poszczególnych elementów i technik w przekazie multimedialnym, szczególną uwagę poświęcając możliwościom zastosowań technologii multimedialnych.

Problem przeanalizowano w odniesieniu do specyficznych funkcji przedsiębiorstw: sprzedaży i marketingu, organizacji działalności, wspomaganie decyzji, obiegu dokumentów, sprawozdawczości i zarządzania kadrami. W tym kontekście przedstawiono zasady planowania, przygotowania i wygłaszania prezentacji multimedialnych, które w szeroko rozumianej działalności biznesowej są coraz częściej wykorzystywane w szkoleniu personelu, z okazji targów, wystaw, zebrań zarządu.

---

## **Spis treści:**

### **Wprowadzenie**

#### **Rozdział 1. Istota multimedii**

- 1.1. Geneza technologii multimedialnych
- 1.2. Wynałazki będące fundamentem dla multimedii
- 1.3. Internet a popularyzacja multimedii
- 1.4. Najnowsze urządzenia multimedialne
- 1.5. Ogólne zastosowania multimedii
- 1.6. Usankcjonowanie multimedii

#### **Rozdział 2. Rola obrazu, dźwięku i animacji w przekazie multimedialnym**

- 2.1. Obraz
- 2.2. Dźwięk
- 2.3. Animacja komputerowa
- 2.4. Komunikacja multimedialna

#### **Rozdział 3. Zastosowania technologii multimedialnych w obszarach ekonomicznych**

- 3.1. Sieciowe technologie multimedialne wykorzystywane w działalności biznesowej
- 3.2. Multimedia w przedsiębiorstwie
- 3.3. Przykłady zastosowań multimedii w biznesie
- 3.4. Multimedia w dydaktyce

#### **Rozdział 4. Przygotowanie i wygłoszenie prezentacji z wykorzystaniem technik multimedialnych**

- 4.1. Prezentacja multimedialna
- 4.2. Planowanie i przygotowanie prezentacji
- 4.3. Wygłaszanie prezentacji
- 4.4. Typowe błędy w przygotowaniu i wygłoszeniu prezentacji multimedialnej

Literatura

Spis rysunków

Spis tablic