

Promocja twórczości i nowe media - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Promocja twórczości i nowe media
Kod przedmiotu	03.2-WA-JiMED-PromTwórNowMed-S22
Wydział	Wydział Artystyczny
Kierunek	Jazz i muzyka estradowa
Profil	praktyczny
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2022/2023

Informacje o przedmiocie	
Semestr	2
Liczba punktów ECTS do zdobycia	1
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr Artur Majewski

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
Ćwiczenia	15	1	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

- [1] Zapoznanie się z tradycyjnymi i aktualnymi formami promocji twórczości.
- [2] Zapoznanie się z zasadami i etyką używania mediów społecznościowych i nabycie umiejętności w posługiwaniu się nimi przy promowaniu własnych przedsięwzięć artystycznych.
- [3] Uświadomienie dynamiki i szybkości zmian technologicznych i ich wpływu na formy upowszechniania twórczości.

Wymagania wstępne

Zaliczenie przedmiotu w semestrze pierwszym.

Zakres tematyczny

Ćwiczenia praktyczne obejmujące:

- tworzenie własnych profili w mediach społecznościowych i na platformach dystrybucji nagrań
- tworzenie i prowadzenie strony internetowej
- kreację i zarządzanie wizerunkiem artysty
- zastosowanie prawa autorskiego w rzeczywistości nowych mediów
- łączenie nowoczesnych i tradycyjnych form promocji twórczości w jednolity, spójny przekaz.

Metody kształcenia

ćwiczenia praktyczne, dyskusja

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
posiada wiedzę dotyczącą prezentacji materiału muzycznego w formie nagrań i koncertów, również za pomocą mediów elektronicznych.	J_W08	- aktywność w trakcie zajęć - bieżąca kontrola na zajęciach - obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta	Ćwiczenia
potrafi świadomie podejmować twórczy dyskurs z ideą prezentowanego dzieła muzycznego	J_U20	- aktywność w trakcie zajęć - bieżąca kontrola na zajęciach - obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta	Ćwiczenia

Opis efektu	Symbol e efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
jest gotów do prezentowania projektów z gatunku muzyki jazzowej i gatunków pokrewnych w przystępny sposób dla osób niemających doświadczenia w pracy nad projektami artystycznymi	• J_K06	• aktywność w trakcie zajęć • bieżąca kontrola na zajęciach • obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta	• Ćwiczenia
jest gotów do inicjowania działań artystycznych w zakresie szeroko pojętej kultury i podejmowania projektów o charakterze interdyscyplinarnym	• J_K03	• aktywność w trakcie zajęć • bieżąca kontrola na zajęciach • obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta	• Ćwiczenia
jest gotów do funkcjonowania w społeczeństwie w zakresie wykonywania własnych działań artystycznych dbając o etykę zawodową i rozwijanie dorobku twórczego	• J_K05	• aktywność w trakcie zajęć • bieżąca kontrola na zajęciach • obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta	• Ćwiczenia
zna podstawowe pojęcia dotyczące prawa autorskiego oraz dysponuje wiedzą dotyczącą finansowych, marketingowych i prawnych aspektów zawodu muzyka.	• J_W14	• aktywność w trakcie zajęć • bieżąca kontrola na zajęciach • obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta	• Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Projekt wdrożony do użytku.

Literatura podstawowa

- Suhr H. Cecilia, Social Media and Music: The Digital Field of Cultural Production, Peter Lang, 2012, ISBN: 978-1-4331-1447-2
- Mjos Ole J., Music, Social Media and Global Mobility: MySpace, Facebook, YouTube, Routledge, New York, 2012 ISBN: 978-0-4158-8274-3
- Owsinski Bobby, Music 4.0: A Survival Guide for Making Music in the Internet Age, Hal Leonard Books, Milwaukee, 2014 ISBN: 978-1-4803-5514-9
- Wikstrom Patrik, The Music Industry: Music In The Cloud (DMS - Digital Media And Society Series), Polity Press, Cambridge 2020 ISBN: 978-1-5095-3016-8
- Owsinski Bobby, Social Media Promotion For Musicians - Third Edition: The Manual For Marketing Yourself, Your Band, And Your Music Online, BOMG Publishing, 2020 (Kindle Edition)

Literatura uzupełniająca

- Byrne David, How Music Works, Canongate Books, 2013 ISBN: 978-0-8578-6252-5

Uwagi

Zmodyfikowane przez prof. dr hab. Jerzy Szymaniuk (ostatnia modyfikacja: 02-05-2022 16:41)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ