

Promocja i marketing dóbr kultury - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Promocja i marketing dóbr kultury
Kod przedmiotu	03.2-WA-EASMD-PMK-Ć-S14_pNadGenZRTHA
Wydział	Wydział Artystyczny
Kierunek	Edukacja artystyczna w zakresie sztuki muzycznej
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2022/2023

Informacje o przedmiocie	
Semestr	4
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	

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
Wykład	15	1	-	-	Zaliczenie

Cel przedmiotu

- zdobycie wiedzy teoretycznej z zakresu podstawowych regulacji prawnych i organizacyjnych dotyczących podmiotów działających w sferze kultury,
- poszerzenie wiedzy na temat stanu i uwarunkowań współczesnej kultury muzycznej i rynku dóbr kultury, zdobycie umiejętności analizowania - w podstawowym zakresie - procesów i mechanizmów funkcjonowania kultury w ramach realiów rynkowych,
- zdobycie podstaw wiedzy i umiejętności praktycznych w zakresie działalności w sferze kultury (m.in. podstaw marketingu, reklamy, sponsoringu, kultury w mediach, etykiety menedżera),
- praktyczne przygotowanie do podjęcia aktywności w zakresie projektowania, organizacji i realizacji przedsięwzięć z dziedziny kultury, zwłaszcza kultury muzycznej.

Wymagania wstępne

Brak wymagań wstępnych.

Zakres tematyczny

1. Podstawy i regulacje prawne działalności w sferze kultury.
2. Uwarunkowania funkcjonowania rynku kultury w Polsce. Polityka kulturalna.
3. Marketing. Marketing w kulturze.
4. Projektowanie przedsięwzięć kulturalnych.
5. Sponsoring.
6. Reklama.
7. Media. Prawo prasowe. Patronat medialny.
8. Elementy organizacji i zarządzania. Twórcze przywództwo.
9. Podstawy badania opinii publicznej.
10. Etykieta menedżera
11. Realizacja wybranych elementów promocji i organizacji działań kulturalnych (umowa o dzieło, umowa sponsorska, promocja w mediach, dossier artystyczne, strona www, folder reklamowy, analiza SWOT i in.).

Metody kształcenia

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
kompetencje społeczne	• ESN_K03 • ESN_K05 • ESN_K07 • ESN_K08 • ESN_K09 • ESN_K10 • ESN_K11	• aktywność w trakcie zajęć • konspekt • obserwacja i ocena aktywności na zajęciach • projekt • referat	• Wykład • Ćwiczenia
Umiejętności	• ES_U05 • ES_U08 • ES_U13 • ES_U14 • ES_U15 • ES_U16 • ES_U17	• aktywność w trakcie zajęć • konspekt • obserwacja i ocena aktywności na zajęciach • projekt • referat	• Wykład • Ćwiczenia
wiedza	• ES_W05 • ES_W06 • ES_W08 • ES_W09	• aktywność w trakcie zajęć • konspekt • obserwacja i ocena aktywności na zajęciach • projekt	• Wykład • Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Ocena semestralna wynika z: 1. ocen uzyskiwanych na zajęciach; 2. oceny za sporządzenie wybranej formy związanej z organizacją lub promocją w sferze kultury: umowy o dzieło, umowy sponsorskiej, projektu promocji w mediach, projektu strony www, folderu reklamowego, analizy SWOT i in. (kryteria oceny: język, forma, poprawność merytoryczna, oryginalność ujęcia); 3. oceny projektu przedsięwzięcia muzycznego, 4. oceny za aktywność w zespole projektującym, organizującym i realizującym przedsięwzięcie muzyczne – koncert pedagogów i studentów (zadanie realizowane fakultatywnie).

Literatura podstawowa

1. J.Grad, U.Kaczmarek, Organizacja i upowszechnianie kultury w Polsce. Zmiany modelu, Poznań 1999 J.Grad, Badania uczestnictwa w kulturze artystycznej w polskiej socjologii kultury, Poznań 1997
2. P. Bendixen, Wprowadzenie do ekonomiki kultury i sztuki, Kraków 2001
3. K. Wójcik, Public relations od A do Z, Warszawa 1997

Literatura uzupełniająca

Uwagi

Zalecany udział studentów - w trybie wolontariatu - w realizacji przedsięwzięcia muzycznego organizowanego przez instytucję prowadzącą działalność kulturalną.

Zmodyfikowane przez dr hab. Bartłomiej Stankowiak, prof. UZ (ostatnia modyfikacja: 12-04-2022 10:56)