

Promotion and Marketing of Art - course description

General information	
Course name	Promotion and Marketing of Art
Course ID	03.2-WA-EASMD-PMK-Ć-S14_pNadGenZRTHA
Faculty	Faculty of Arts
Field of study	Music Education
Education profile	academic
Level of studies	Second-cycle studies leading to Master of Arts degree
Beginning semester	winter term 2016/2017

Course information	
Semester	4
ECTS credits to win	2
Course type	obligatory
Teaching language	polish
Author of syllabus	dr hab. Rafał Ciesielski, prof. UZ

Classes forms					
The class form	Hours per semester (full-time)	Hours per week (full-time)	Hours per semester (part-time)	Hours per week (part-time)	Form of assignment
Class	15	1	-	-	Credit with grade
Lecture	15	1	-	-	Credit

Aim of the course

- 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.

Prerequisites

Ukończenie studiów licencjackich na kierunku: edukacja artystyczna w zakresie sztuki muzycznej.

Scope

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.).

Teaching methods

Seminarium, konwersatorium, wykład problemowy, metoda projektu.

Learning outcomes and methods of theirs verification

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
- posiada wiedzę dotyczącą korzystania z różnorodnych mediów oraz umiejętność samodzielnego poszerzania i rozwijania wiedzy dotyczącej swojej specjalności (K_W07) - w oparciu o wiedzę umie konstruować programy koncertów (K_W10) - na podstawie wiedzy o stylach muzycznych i związanych z nimi tradycjach wykonawczych wykazuje się umiejętnością konstruowania i wykonywania spójnych i właściwych z punktu widzenia sztuki wykonawczej programów (K_U05) - posiada umiejętność kreowania i realizowania projektów artystycznych (K_U09) - posiada umiejętność tworzenia rozbudowanych prezentacji w formie słownej i pisemnej na tematy dotyczące własnej specjalizacji (K_U14) - wykazuje zdolność formułowania własnych sądów i wyciągania trafnych wniosków (K_U16) - w sposób odpowiedzialny podchodzi do wystąpień publicznych (K_U18) - potrafi nawiązać odpowiedni kontakt z odbiorcą (K_U19) - inicjuje działania artystyczne w zakresie szeroko pojętej kultury (K_K03) - potrafi w sposób świadomy wykorzystywać mechanizmy psychologiczne wspomagające podejmowane działania (K_K04) - umie poddać krytycznej ocenie przedsięwzięcia z zakresu kultury, sztuki i innych dziedzin działalności artystycznej (K_K07) - wykazuje się umiejętnością funkcjonowania w społeczeństwie w zakresie wykonywania własnych działań artystycznych i dostosowywania się do współczesnego rynku pracy(K_K08) - prezentuje specjalistyczne zadania i projekty w przystępnej formie, w sposób zrozumiały dla osób niemających doświadczenia w pracy nad projektami artystycznymi (K_K09) - posiada umiejętność inicjowania projektów i pracy w zespole (K_K10) - posiada umiejętność integracji z innymi osobami w ramach podejmowanych zadań (K_K11)	• K_W07 • K_W10 • K_U05 • K_U09 • K_U14 • K_U16 • K_U18 • K_U19 • K_K03 • K_K04 • K_K07 • K_K08 • K_K09 • K_K10 • K_K11	• a discussion • a draft • a pass - oral, descriptive, test and other • a project • activity during the classes • an evaluation test • an observation and evaluation of activities during the classes • an observation and evaluation of the student's practical skills • an ongoing monitoring during classes	• Lecture • Class

Assignment conditions

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).

Recommended reading

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

P. Bendixen, Wprowadzenie do ekonomiki kultury i sztuki, Kraków 2001

K. Wójcik – Public relations od A do Z, Warszawa 1997

J.Sobczak, Prawo autorskie i prawa pokrewne, Warszawa-Poznań 2000

L. Stecki, Sponsoring, Toruń 1995

Podatek VAT w instytucjach kultury, Warszawa 2016

Further reading

Periodyki:

Animator kultury

Prawo i finanse w kulturze

Ruch Muzyczny

Jazz Forum

Notes

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

Modified by dr hab. Rafał Ciesielski, prof. UZ (last modification: 06-01-2017 19:45)