

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 sztuki
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2017/2018

Informacje o przedmiocie	
Semestr	4
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr hab. Rafał Ciesielski, prof. UZ

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

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

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
- 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 umiejętnościami 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	• aktywność w trakcie zajęć • bieżąca kontrola na zajęciach • dyskusja • kolokwium • konspekt • obserwacja i ocena • aktywności na zajęciach • obserwacje i ocena • umiejętności praktycznych studenta • projekt • zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	• 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

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

Literatura uzupełniająca

Periodyki:

Animator kultury

Prawo i finanse w kulturze

Ruch Muzyczny

Jazz Forum

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: 14-04-2017 11:12)