

Kod kursu	SD_5_2
Nazwa kursu	Planowanie, promocja i realizacja projektów artystycznych
Nazwa modułu	Moduł rozwijania kompetencji zawodowych
Dyscyplina artystyczna	Sztuki muzyczne
Typ studiów	Szkoła Doktorska
Zakres	Wszystkie zakresy
Wymagania wstępne	1. podstawowa wiedza z zarządzania projektami – planowanie, harmonogramowanie, budżetowanie 2. umiejętności komunikacyjne 3. podstawy marketingu
Wymagania końcowe	1. opracowanie planu projektu artystycznego: doktoranci powinni być w stanie samodzielnie opracować kompleksowy plan projektu artystycznego, uwzględniający wszystkie aspekty, od planowania po realizację. 2. analiza i rozwiązywanie problemów: zdolność do identyfikacji potencjalnych problemów i wyzwań w projekcie artystycznym oraz opracowania strategii ich rozwiązania. 3. umiejętności promocyjne i marketingowe: zdolność do efektywnego stosowania narzędzi i strategii marketingowych w celu promocji projektów artystycznych. 4. przywództwo i zarządzanie zespołem: umiejętności zarządzania zespołem projektowym, w tym delegowania zadań, motywowania członków zespołu i efektywnej komunikacji. 5. ewaluacja i ocena projektu: umiejętność oceny skuteczności i sukcesu projektu artystycznego po jego zakończeniu, prezentacja końcowa
Cele przedmiotu	Celem tego przedmiotu jest więc nie tylko przekazanie wiedzy teoretycznej, ale także rozwój praktycznych umiejętności i kompetencji, które są niezbędne w świecie sztuki i kultury. • Zrozumienie Procesu Planowania Projektów Artystycznych: Nabycie umiejętności związanych z planowaniem projektów artystycznych, w tym określaniem celów, zakresu, zasobów i harmonogramowania. • Nauka Efektywnej Promocji i Marketingu: Opanowanie technik i narzędzi marketingowych niezbędnych do skutecznej promocji projektów artystycznych, w tym wykorzystania mediów społecznościowych i innych kanałów komunikacyjnych. • Zarządzanie Realizacją Projektu: Rozwój umiejętności zarządzania wszystkimi aspektami realizacji projektu artystycznego, od początkowych etapów do finalnej prezentacji. • Budowanie i Zarządzanie Zespołem Projektowym: Nabycie kompetencji z zakresu budowania efektywnego zespołu, delegowania zadań, motywowania członków zespołu oraz zarządzania komunikacją wewnętrzną. • Ocena i Ewaluacja Projektów Artystycznych: Umiejętność oceny efektywności i wpływu realizowanych projektów, w tym analiza wyników i przeprowadzanie ewaluacji po zakończeniu projektu. • Rozwój Umiejętności Przywódczych i Decyzyjnych: Wzmocnienie zdolności do podejmowania decyzji, rozwiązywania problemów i przywództwa w kontekście zarządzania projektami artystycznymi.

	• Praktyczne Zastosowanie Wiedzy: Zastosowanie teorii w praktyce poprzez, studia przypadków oraz projekt końcowy, co ma na celu przygotowanie studentów do realnych wyzwań w branży artystycznej. • Rozwój Kompetencji Komunikacyjnych: Wzmocnienie umiejętności komunikacji pisemnej i ustnej, kluczowych w promocji, prezentacji i negocjacjach związanych z projektami artystycznymi.
Treści kształcenia	• Podstawy zarządzania projektami artystycznymi. • Techniki planowania i harmonogramowania w projektach artystycznych. • Zasady budżetowania i finansowania projektów artystycznych. • Narzędzia i strategie promocji w sektorze sztuki. • Wykorzystanie mediów społecznościowych w promocji projektów artystycznych. • Aspekty prawne i etyczne w projektach artystycznych. • Zarządzanie zespołem projektowym i komunikacja wewnętrzna. • Techniki negocjacji i rozwiązywania konfliktów w projekcie. • Metody i narzędzia ewaluacji projektów artystycznych. • Studia przypadków i analiza projektów artystycznych. • Warsztaty praktyczne z planowania i realizacji projektu artystycznego. • Prezentacja i krytyczna analiza projektów studentów.
Zamierzone efekty uczenia się:	
doktorant w zakresie wiedzy zna i rozumie:	
SD_W06	Zasady upowszechniania wyników działalności naukowej, praw autorskich, prawa wydawniczego, prawa własności intelektualnej itp., także w trybie otwartego dostępu, z uwzględnieniem różnorodnych grup docelowych
SD_W07	Własny potencjał ekonomiczny i związane z nim możliwości wykorzystania rezultatów własnych działań twórczych
SD_W11	Ekonomiczne, prawne, etyczne i inne istotne uwarunkowania działalności artystycznej i naukowej
SD_W12	Podstawowe zasady transferu wiedzy do sfery społecznej oraz komercjalizacji wyników działalności naukowej i know-how związanego z tymi wynikami
w zakresie umiejętności potrafi	
SD_U05	Transferować wyniki działalności artystycznej/naukowej do sfery gospodarczej i społecznej, w tym do różnych obszarów sztuki wykonawczej
SD_U07	Upowszechniać wyniki własnej działalności artystycznej i naukowej, a także działalności innych twórców z wykorzystaniem form w pełni profesjonalnych
SD_U11	Planować i harmonijnie realizować indywidualne i zespołowe przedsięwzięcia artystyczne i badawcze, także w środowisku międzynarodowym
SD_U13	Samodzielnie planować i działać na rzecz własnego rozwoju oraz inspirować i organizować rozwój innych osób
SD_U14	Szukać sposobów wykorzystywania i dalszego rozwijania wiedzy pochodzącej ze swoich badań
w zakresie kompetencji społecznych jest gotów do:	
SD_K02	Systematycznej krytycznej oceny efektów swoich działań artystycznych/badań w ramach danej dyscypliny, widzenia własnych ograniczeń i niewykorzystanych możliwości oraz kreowania strategii dla maksymalizacji swoich działań

SD_K04	Odpowiadania ze zrozumieniem i odpowiedzialnością na krytyczne uwagi w obrębie danej społeczności artystycznej i badawczej					
Formy kształcenia	Ćwiczenia zbiorowe, z wykorzystaniem metody <i>Problem Based Learning</i> , <i>Peer Learning</i> , warsztaty, samodzielna praca nad projektem, dyskusje, E – lerning, prezentacje					
Nakład pracy studenta niezbędny do osiągnięcia zamierzonych efektów uczenia się:						
Rok	I		II		III	
Semestr	1	2	3	4	5	6
Liczba godzin w tygodniu					1	1
Rodzaj zaliczenia					zs	zs
Legenda	zs – zaliczenie ze stopniem					
Kryteria oceny	Aktywność, ocena pracy indywidualnej,projekty i zadania, prezentacja końcowa					
Przykłady literatury fachowej	• "Social Media for Artists and Creatives" by Peg Samuel • "The Art of Project Management" by Scott Berkun • "Zarządzanie w kulturze. Teoria i praktyka" red. Dorota Ilczuk i Magdalena Kulikowska • "Event marketing. Jak stworzyć i rozwinąć skuteczną strategię" autorstwa Szymona Gutkowskiego i Tomasza Sobieszka • "Finansowanie kultury. Strategie i modele" autorstwa Andrzeja Szpittera					
Język wykładowy	jęz. polski					
Prowadzący	Mgr Maciej Wojciechowski					