

Kod przedmiotu: I1-30

Nazwa przedmiotu

Promocja i marketing dóbr kultury

Kierunek

Instrumentalistyka

Zakres

Wszystkie zakresy

Typ studiów

3-letnie studia stacjonarne/niestacjonarne I stopnia

Wymagania wstępne

Ukończony rok II studiów I stopnia

Wymagania końcowe

Przygotowanie prezentacji, której temat uzgodniony zostanie wcześniej z prowadzącym.

Cele kształcenia

Zajęcia mają na celu zapoznanie studentów ze specyfiką funkcjonowania instytucji kultury, międzynarodowym rynkiem muzycznym, a także z możliwościami zawodowymi jakimi dysponują studenci akademii muzycznej. Wiedza zdobyta podczas zajęć ma na celu podniesienie otwartości studentów w poszukiwaniu ich własnej ścieżki zawodowej lub pomoc w realizacji przyjętych już celów. Zajęcia powinny wyposażać studentów w narzędzia umożliwiające im dalsze podnoszenie kompetencji zawodowych, z perspektywy wymagań i oczekiwań przyszłych pracodawców.

Treści programowe

Student zdobywa ogólną wiedzę dotyczącą charakterystyki rynku muzycznego w Polsce i na świecie, poznaje czołowe instytucje kultury w kraju i zagranicą, a także obszary ich funkcjonowania (w tym programy, które umożliwić mogą studentom podnoszenie swoich kompetencji zawodowych). Zajęcia skierowane są do studentów różnych kierunków, dlatego podczas wykładów poruszane jest szerokie spektrum tematów, pozwalające na prezentację czołowych agencji artystycznych oraz obszarów ich działania, elementów związanych z budowaniem publiczności, oraz ze specyfiką budowania marki (w odniesieniu zarówno do indywidualnych artystów, zespołów, czy instytucji kultury). Studenci poznają specyfikę pracy w sektorze kultury, co powinno pomóc im zarówno przy wyborze kariery artystycznej, jak i pracy związanej z zarządzaniem. Na bieżąco omawiane są najciekawsze przedsięwzięcia z trwającego sezonu artystycznego w ujęciu międzynarodowym.

Zamierzone efekty uczenia się:

W zakresie wiedzy:

K_W12 - posiada ogólny zakres wiedzy dotyczący marketingowych, finansowych i prawnych aspektów zawodu muzyka, ze zwróceniem szczególnej uwagi na zagadnienia związane z prawem autorskim

W zakresie kompetencji społecznych:

K_K04 - posiada umiejętność samooceny, jak też jest zdolny do budowania konstruktywnej krytyki w obrębie działań muzycznych, artystycznych oraz w obszarze szeroko pojmowanej kultury

K_K06 - umiejętnie komunikuje się w obrębie własnego środowiska i społeczności

K_K07 - posiada umiejętność współpracy i integracji podczas realizacji zespołowych zadań projektowych oraz przy pracach organizacyjnych i artystycznych związanych z różnymi przedsięwzięciami kulturalnymi

K_K08 - w sposób zorganizowany podchodzi do rozwiązywania problemów dotyczących szeroko pojętych prac projektowych, jak również własnych działań artystycznych

K_K09 - w sposób świadomy i profesjonalny umie zaprezentować własną działalność artystyczną

K_K11 - wypełnia rolę społeczną absolwenta studiów muzycznych dbając o dorobek, tradycje i aspekty

K_K12 - efektywnie komunikuje się i inicjuje działania w społeczeństwie umiając prezentować zadania w przystępnej formie, w tym z zastosowaniem technologii informacyjnych

Formy kształcenia

Seminarium, z zastosowaniem metod: Problem Based Learning, Case Teaching

Nakład pracy studenta niezbędny do osiągnięcia zamierzonych efektów uczenia się

Rok	I		II		III	
Semestr	1	2	3	4	5	6
Punkty ECTS					1	
Ilość godzin w tygodniu					2	
Rodzaj zaliczenia					zal	
Legenda	zal – zaliczony; zst – zaliczenie ze stopniem; egz – egzamin; ekm – egzamin komisyjny					

Kryteria oceny

Zaliczenie na podstawie aktywnej obecności na zajęciach oraz prezentacji, której temat uzgodniony zostanie wcześniej z prowadzącym.

Literatura (piśmiennictwo)

Zalecana na bieżąco przez prowadzącego: strony internetowe polskich i zagranicznych instytucji kultury, prasa branżowa, książki programowe i festiwalowe.

Język wykładowy

Polski, angielski

Imię i nazwisko wykładowcy

mgr Joanna Polak