

## Sylabus przedmiotu

Kod przedmiotu:	A-1EM17-III-5
Przedmiot:	<b>Promocja i marketing dóbr kultury</b>
Kierunek:	Edukacja artystyczna w zakresie sztuki muzycznej, I stopień [6 sem], stacjonarny, ogólnoakademicki, rozpoczęty w: 2015
Rok/Semestr:	III/5
Liczba godzin:	15,0
Nauczyciel:	<b>Rozmus Rafał, dr hab.</b>
Forma zajęć:	ćwiczenia
Rodzaj zaliczenia:	zaliczenie na ocenę
Punkty ECTS:	1,0
Godzinowe ekwiwalenty punktów ECTS (łącznie liczba godzin w semestrze):	0 Godziny kontaktowe z prowadzącym zajęcia realizowane w formie konsultacji 15,0 Godziny kontaktowe z prowadzącym zajęcia realizowane w formie zajęć dydaktycznych 30,0 Przygotowanie się studenta do zajęć dydaktycznych 15,0 Przygotowanie się studenta do zaliczeń i/lub egzaminów 0 Studiowanie przez studenta literatury przedmiotu
Metody dydaktyczne:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• autoekspresja twórcza</li> <li>• ćwiczenia przedmiotowe</li> <li>• dyskusja dydaktyczna</li> <li>• ekspozycja</li> <li>• klasyczna metoda problemowa</li> <li>• metoda sytuacyjna</li> <li>• objaśnienie lub wyjaśnienie</li> <li>• pokaz</li> <li>• symulacja</li> <li>• warsztaty grupowe</li> <li>• z użyciem komputera</li> </ul>
Zakres tematów:	<p>1. Techniki sondażu społecznego -charakterystyka metod pomiaru sondażowego</p> <p>2. Zasady planowania kampanii reklamowej</p> <p>3. Sponsoring muzyczny</p> <p>-ekonomiczny wymiar sektora kultury</p> <p>-wpływ sektora kultury na przyciąganie inwestycji zewnętrznych</p> <p>-finansowanie kultury ze środków funduszy strukturalnych</p> <p>4. Media jako środek upowszechniania muzyki</p> <p>-działanie i organizacja mediów</p> <p>-media w perspektywie kulturoznawczej</p> <p>-TV, radio, prasa i internet jako podstawowe środki upowszechniania muzyki.</p> <p>5. Techniki przeprowadzania i udzielania wywiadu</p> <p>6. Fundacje wspierające kulturę</p> <p>7. Organizacja i działanie stowarzyszeń wspierających kulturę muzyczną</p>
Forma oceniania:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ćwiczenia praktyczne/laboratoryjne</li> <li>• końcowe zaliczenie pisemne</li> <li>• obecność na zajęciach</li> </ul>
Literatura:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Smoleń M., <i>Przemysły kultury. Wpływ na rozwój miast</i>, Kraków 2003</li> <li>2. Goban-Klas T., <i>Media i komunikowanie masowe</i>, Warszawa 2004</li> <li>3. Szreder M., <i>Metody i techniki sondażowych badań opinii</i>, Warszawa 2004</li> <li>4. Magdoń A., <i>Reporter i jego warsztat</i>, Kraków 2005</li> <li>5. Ilczuk D., Misiąg W., <i>Finansowanie i organizacja kultur w gospodarce rynkowej</i>, IBnGR, Gdańsk 2003</li> <li>6. Ilczuk D., Smoleń M., <i>Realizacja zadań rządowych i samorządowych z zakresu kultury przez organizacje pozarządowe</i>, Opracowanie dla Komisji Kultury i Środków Masowego Przekazu Sejmu RP, Warszawa 2002</li> <li>7. Sanetra J., <i>Fundusze Strukturalne Unii Europejskiej. Korzyści i perspektywy dla</i></li> </ol>

<p>Modułowe efekty kształcenia:</p>	<p>01W Zna sposoby upowszechniania muzyki poprzez media  02W Zna techniki marketingowe stosowane na rynku muzycznym  03W Posiada orientację na temat możliwości organizowania i finansowania przedsięwzięć kulturalnych  04U Umie zaplanować organizację i koordynację wydarzenia artystycznego  05U Potrafi wykorzystać techniki marketingowe podczas organizacji wydarzeń artystycznych  06K Podejmuje różnorodne działania promujące działalność artystyczną i kulturalną  07K W sposób profesjonalny podchodzi do organizowania własnej pracy artystycznej</p>
<p>Metody weryfikacji efektów kształcenia:</p>	<p>weryfikacja efektów kształcenia ma miejsce na każdym zajęciach i na zaliczeniu końcowym lub egzaminie</p>