

Sylabus przedmiotu

Kod przedmiotu:	A-1EM17-III-6
Przedmiot:	Promocja i marketing dóbr kultury
Kierunek:	Edukacja artystyczna w zakresie sztuki muzycznej, I stopień [6 sem], stacjonarny, ogólnoakademicki, rozpoczęty w: 2014
Tytuł lub szczegółowa nazwa przedmiotu:	Promocja i marketing dóbr kultury
Rok/Semestr:	III/6
Liczba godzin:	15,0
Nauczyciel:	Rozmus Rafał, dr hab. prof. UMCS
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 10,0 Przygotowanie się studenta do zajęć dydaktycznych 5,0 Przygotowanie się studenta do zaliczeń i/lub egzaminów 0 Studiowanie przez studenta literatury przedmiotu
Poziom trudności:	podstawowy
Metody dydaktyczne:	<ul style="list-style-type: none"> • autoekspresja twórcza • ćwiczenia przedmiotowe • dyskusja dydaktyczna • ekspozycja • klasyczna metoda problemowa • metoda sytuacyjna • objaśnienie lub wyjaśnienie • pokaz • symulacja • z użyciem komputera
Zakres tematów:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Techniki sondażu społecznego -charakterystyka metod pomiaru sondażowego 2. Zasady planowania kampanii reklamowej 3. Sponsoring muzyczny <ul style="list-style-type: none"> -ekonomiczny wymiar sektora kultury -wpływ sektora kultury na przyciąganie inwestycji zewnętrznych -finansowanie kultury ze środków funduszy strukturalnych 4. Media jako środek upowszechniania muzyki <ul style="list-style-type: none"> -działanie i organizacja mediów -media w perspektywie kulturoznawczej -TV, radio, prasa i internet jako podstawowe środki upowszechniania muzyki. 5. Techniki przeprowadzania i udzielania wywiadu X 6. Fundacje wspierające kulturę 7. Działalność i organizacja stowarzyszeń upowszechniających kulturę muzyczną 8. Działalność organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi oraz prawami wykonawczymi (ZAIKS, SAWP) 9. Stowarzyszenia wspierające kulturę
Forma oceniania:	<ul style="list-style-type: none"> • ćwiczenia praktyczne/laboratoryjne • końcowe zaliczenie pisemne • obecność na zajęciach
Warunki zaliczenia:	1. Prace pisemne

Literatura:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Smoleń M., <i>Przemysły kultury. Wpływ na rozwój miast</i>, Kraków 2003 2. Goban-Klas T., <i>Media i komunikowanie masowe</i>, Warszawa 2004 3. Szreder M., <i>Metody i techniki sondażowych badań opinii</i>, Warszawa 2004 4. Magdoń A., <i>Reporter i jego warsztat</i>, Kraków 2005 5. Ilczuk D., Misiąg W., <i>Finansowanie i organizacja kultury w gospodarce rynkowej</i>, IBnGR, Gdańsk 2003 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 7. Sanetra J., <i>Fundusze Strukturalne Unii Europejskiej. Korzyści i perspektywy dla kultury polskiej płynące z przystąpienia do tych funduszy</i>, materiał Ministerstwa Kultury, Warszawa 2002
Modułowe efekty kształcenia:	<p>01W Zna sposoby upowszechniania muzyki poprzez media</p> <p>02W Zna techniki marketingowe stosowane na rynku muzycznym</p> <p>03W Posiada orientację na temat możliwości organizowania i finansowania przedsięwzięć kulturalnych</p> <p>04U Umie zaplanować organizację i koordynację wydarzenia artystycznego</p> <p>05U Potrafi wykorzystać techniki marketingowe podczas organizacji wydarzeń artystycznych</p> <p>06K Podejmuje różnorodne działania promujące działalność artystyczną i kulturalną</p> <p>07K W sposób profesjonalny podchodzi do organizowania własnej pracy artystycznej</p>
Metody weryfikacji efektów kształcenia:	1. Pisemna praca semestralna