

Sylabus przedmiotu

Przedmiot:	Promocja i marketing dóbr kultury
Kierunek:	Edukacja artystyczna w zakresie sztuki muzycznej, I stopień [6 sem], stacjonarny, ogólnoakademicki, rozpoczęty w: 2012
Rok/Semestr:	III/6
Liczba godzin:	15,0
Nauczyciel:	Rozmus Rafał, dr hab. prof. UMCS
Forma zajęć:	wykład
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:	średnio zaawansowany
Metody dydaktyczne:	<ul style="list-style-type: none"> • ćwiczenia przedmiotowe • dyskusja dydaktyczna • ekspozycja • objaśnienie lub wyjaśnienie • symulacja • wykład informacyjny • wykład problemowy • 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
Forma oceniania:	• obecność na zajęciach
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:	<ol style="list-style-type: none"> 01 Zna sposoby upowszechniania muzyki poprzez media 02 Zna techniki marketingowe stosowane na rynku muzycznym 03 Posiada orientację na temat możliwości organizowania i finansowania przedsięwzięć kulturalnych 04 Umie zaplanować organizację i koordynację wydarzenia artystycznego 05 Potrafi wykorzystać techniki marketingowe podczas organizacji wydarzeń artystycznych 06 Podejmuje różnorodne działania promujące działalność artystyczną i kulturalną 07 W sposób profesjonalny podchodzi do organizowania własnej pracy artystycznej