Sylabus przedmiotu

Kod przedmiotu:	A-1J18-III-5
Przedmiot:	**Promocja i marketing dóbr kultury**
Kierunek:	Jazz i muzyka estradowa, I stopień [6 sem], stacjonarny, ogólnoakademicki, rozpoczęty w: 2013
Rok/Semestr:	III/5
Liczba godzin:	15,0
Nauczyciel:	**Rozmus Rafał, dr hab.**
Forma zajęć:	ćwiczenia
Rodzaj zaliczenia:	zaliczenie na ocenę
Punkty ECTS:	2,0
Godzinowe ekwiwalenty punktów ECTS (łączna 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
Poziom trudności:	średnio zaawansowany
Metody dydaktyczne:	• autoekspresja twórcza • ćwiczenia przedmiotowe • dyskusja dydaktyczna • ekspozycja • klasyczna metoda problemowa • metoda sytuacyjna • objaśnienie lub wyjaśnienie • pokaz • symulacja • warsztaty grupowe • z użyciem komputera
Zakres tematów:	1.Techniki sondażu społecznego -charakterystyka metod pomiaru sondażowego 2.Zasady planowania kampanii reklamowej 3.Sponsoring muzyczny -ekonomiczny wymiar sektora kultury -wpływ sektora kultury na przyciąganie inwestycji zewnętrznych -finansowanie kultury ze środków funduszy strukturalnych 4.Media jako środek upowszechniania muzyki -działanie i organizacja mediów -media w perspektywie kulturoznawczej -TV, radio, prasa i internet jako podstawowe środki upowszechniania muzyki. 5.Techniki przeprowadzania i udzielania wywiadu 6.Fundacje wspierające kulturę 7. Organizacja i działanie stowarzyszeń wspierających kulturę muzyczną
Forma oceniania:	• ćwiczenia praktyczne/laboratoryjne • końcowe zaliczenie pisemne • obecność na zajęciach
Literatura:	1. Smoleń M.,*Przemysły kultury.Wpływ na rozwój miast*, Kraków 2003 2. Goban-Klas T.,*Media i komunikowanie masowe*, Warszawa 2004 3. Szreder M.,*Metody i techniki sondażowych badań opinii*, Warszawa 2004 4. Magdoń A.,*Reporter i jego warsztat*, Kraków 2005 5. Ilczuk D., Misiąg W.,*Finansowanie i organizacja kulturyw gospodarce rynkowej,* IBnGR, Gdańsk 2003 6. Ilczuk D., Smoleń M.,*Realizacja zadań rządowych i samorządowych z zakresu kultury przez organizacje pozarządowe,*Opracowanie dla Komisji Kultury i Środków Masowego Przekazu Sejmu RP, Warszawa 2002 7. Sanetra J.,*Fundusze Strukturalne Unii Europejskiej. Korzyści i perspektywy dla*
Modułowe efekty kształcenia:	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 04K Umie zaplanować organizację i koordynację wydarzenia artystycznego 05K 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