

KARTA PRZEDMIOTU

I. Informacje ogólne

1) Nazwa przedmiotu:

MARKETING Z ELEMENTAMI RYNKU SZTUKI

2) Prowadzący przedmiot

dr Anna Rogozińska, ad.

3) Kod przedmiotu:

schemat: *kierunek – forma – tryb – nazwa przedmiotu – rodzaj zajęć – semestr/y*

SWIEK/S/M/PKI/W/1

4) Kierunek:

Sztuki Wizualne i Edukacja Kulturowa

5) Wydział:

Wydział Edukacji Artystycznej i Kuratorstwa

6) Forma studiów:

stacjonarne - ST

7) Profil:

ogólnoakademicki.

8) Tryb:

studia II stopnia, uzupełniające magisterskie (M)

9) Nazwa jednostki uczelnianej realizującej przedmiot:

Wydział Edukacji Artystycznej i Kuratorstwa

II. Informacje o przedmiocie

1) Semestr/y: 1

2) Liczba punktów ECTS: 1

3) Poziom przedmiotu: podstawowy.

4) Grupa treści, do której należy przedmiot:

kierunkowe teoretyczne uzupełniające.

5) Typ przedmiotu: obowiązkowy.

6) Język/i wykładowy/e: język polski

III. Forma zajęć

1) Forma zajęć – wykład

2) Liczba godzin w semestrze: 15

3) Liczba godzin w tygodniu: 1

IV. Wymagania wstępne

Podstawowa znajomość specyfiki funkcjonowania różnych instytucji kultury.

V. Cele, treści merytoryczne, metody dydaktyczne, efekty uczenia się i ich weryfikacja

1) Cel przedmiotu (odpowiadający uzyskiwanym przedmiotowym efektom uczenia się):

KOD CELU PRZEDMIOTOWEGO	TREŚĆ	KOD SPEŁNIANEGO EFEKTU PRZEDMIOTOWEGO
C01	Zapoznanie osób studiujących z wybranymi strategiami promocji sztuki w instytucjach kultury oraz związanymi z tym uwarunkowaniami i kontekstami.	P_W01, P_W02,
C02	Rozwijanie umiejętności niezbędnych do skutecznego promowania sztuki w instytucjach kultury.	P_U01
C03	Rozwijanie gotowości do inicjowania działań promocyjnych dotyczących sztuk wizualnych w instytucjach kultury.	P_K01

2) Treści merytoryczne przedmiotu:

Zajęcia poświęcone są szeroko rozumianemu zjawisku promocji kultury w instytucjach publicznych w Polsce, jak również poza jej granicami. Podczas zajęć osoby studiujące poznają mechanizmy i strategie promocji najważniejszych muzeów, centrów sztuki współczesnej, instytucji kultury i galerii. W trakcie zajęć omawiane są na wybranych przykładach najciekawsze strategie i kampanie promocyjne bieżących wydarzeń artystycznych, jak również ważne kampanie promocyjne z przeszłości (m. in. działalność galerii zewnętrznej AMS, czy projekt Muzeum Sztuki w Łodzi „Sztuka to...”). Osoby studiujące poznają poszczególne etapy tworzenia strategii promocyjnych oraz projektowania wydarzeń towarzyszących jako istotnych składników wspierania działalności instytucji oraz poszerzania grona jej odbiorców. Podczas zajęć poruszane są zagadnienie współpracy z mediami (w których promowane są wydarzenia artystyczne) oraz z agencjami pr., jak również kwestie tworzenia identyfikacji

5) Przedmiotowe efekty uczenia się (PEU) i metody ich weryfikacji:

KOD PEU	OPIS PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	ODNIESIENIE DO KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	ODNIESIENIE DO SEMESTRÓW (ZAZNACZYĆ X)									
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
WIEDZA zna i rozumie:												
P_W01	Zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju zróżnicowanych form przedsiębiorczości oraz rozmaite strategie promocyjne w kontekście współczesnych potrzeb promocji sztuki w instytucjach kultury.	K_W07	x									
P_W02	Zna i rozumie prawne, ekonomiczne i etyczne współczesne uwarunkowania działalności promocyjnej (dotyczącej sztuk plastycznych) realizowanej w instytucjach kultury.	K_W10	x									
UMIĘJĘTNOŚCI potrafi:												
P_U01	Potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę i umiejętności w celu promowania sztuki w potencjalnych przyszłych działaniach w instytucjach kultury.	K_U07 K_U09 K_U12	x									
KOMPETENCJE SPOŁECZNE jest gotów do:												
P_K01	Jest osobą gotową do inicjowania działań promocyjnych dotyczących sztuk wizualnych w instytucjach kultury, myśląc i działając w sposób przedsiębiorczy.	K_K05	x									

KOD PEU	SZCZEGÓŁOWE KRYTERIA OCENY	METODA WERYFIKACJI
P_W01	Adekwatne zaprezentowanie własnej wiedzy.	Dyskusje, przygotowanie i zaprezentowanie projektu zaliczeniowego.
P_W02	Adekwatne zaprezentowanie własnej wiedzy.	Dyskusje, przygotowanie i zaprezentowanie projektu zaliczeniowego.
P_U01	Adekwatne zaprezentowanie własnych umiejętności.	Dyskusje, przygotowanie i zaprezentowanie projektu zaliczeniowego.

godziny kontaktowe (udział w zajęciach zgodnie z planem)	15										15
samodzielna praca studenta (poza udziałem w zajęciach)	12,5										12,5
razem	27,5										27,5
B. punkty ECTS*	sem I	sem II	sem III	sem IV	sem V	sem VI	sem VII	sem VIII	sem IX	sem X	razem ECTS
zajęcia z udziałem nauczyciela akademickiego	1										1
zajęcia bez udziału nauczyciela akademickiego											
razem	1 **										1

* 1 punkt ECTS odpowiada 25-30 godzinom pracy studenta

** Razem praca z nauczycielem akademickim oraz samodzielna praca studenta.

VIII. Spis zalecanych lektur

1) Wykaz lektur podstawowych

Wybrane materiały promocyjne towarzyszące wystawom w różnych instytucjach kultury (materiały oferuje osobom studiującym prowadząca przedmiot).

2) Wykaz lektur uzupełniających

Lektury dodatkowe proponowane w kontekście potrzeb osób studiujących związanych z realizacją zadania zaliczeniowego.

AUTORZY OPRACOWANIA
dr Anna Rogozińska, ad.
oraz Rada Programowa ds. kierunku
Sztuki Wizualne i Edukacja Kulturowa

