

AKADEMIA MUZYCZNA IM. IGNACEGO JANA PADEREWSKIEGO W POZNANIU

Przedmiot:	Marketing i animacja kultury		Punkty ECTS:	3
Koordinator przedmiotu:	dr hab. Małgorzata Okupnik		Ilość godzin:	60
Wydział:	Dyrygentury, Kompozycji, Wokalistyki, Teorii Muzyki i Edukacji Artystycznej	Rodzaj zajęć:	Wykład	
Instytut:	Wokalistyki	Forma studiów:	stacjonarne	
Kierunek:		Profil studiów:	ogólnoakademicki	
Specjalność:		Język:	polski	
Poziom studiów	Studia II stopnia	Status przedmiotu:	obowiązkowy	
Umiejscowienie w planie studiów: <i>(ilość godzin, forma zaliczenia, ECTS)</i>				
Semestr I:	30 godzin, zal. , 1 ECTS	Semestr II:	30 godzin, egzamin, 2 ECTS	
Semestr III:		Semestr IV:		
Semestr V:		Semestr VI:		
Semestr VII:		Semestr VIII:		

Prowadzący zajęcia <i>(tytuł naukowy, imię i nazwisko)</i>	dr hab. Małgorzata Okupnik
Cele i założenia przedmiotu	Celem zajęć jest wyposażenie uczestników w wiedzę i umiejętności z zakresu marketingu i animacji kultury, promowania kultury muzycznej w społeczeństwie i organizacji imprez.
Wymagania wstępne	<ul style="list-style-type: none"> Orientacja w życiu kulturalnym.

--	--

TREŚCI PROGRAMOWE PRZEDMIOTU

(Treści programowe należy ująć w zwięzłej formie, bez nadmiernej detalizacji treści kształcenia. Powinno zostać także ukazane stopniowanie poruszanej problematyki - od łatwiejszej do trudniejszej)

Semestr I

1. Animacja społeczno-kulturalna – jej definicje i rozumienie, pole działania i zadania.

2. Kompetencje animatora kultury.

3. Metody i techniki animacji.

4. Projektowanie i organizacja wydarzeń kulturalnych.

5. Źródła finansowania działalności kulturalnej w Polsce. Znaczenie sponsoringu i fundraisingu w kulturze.

Semestr II

1. Rynek kultury i jego specyfika.

2. Instrumenty marketingowe (strategia produktu, strategia ceny, strategia dystrybucji, strategia promocji, strategia personelu).

3. Formy promocji na rynku kultury i ich charakterystyka.

4. Techniki badań marketingowych.

Semestr III**Semestr IV**

	Charakterystyka I stopnia PRK	Charakterystyka II stopnia PRK	Kod efektu uczenia się	<p style="text-align: center;">EFEKTY UCZENIA SIĘ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Do każdej kategorii (W, U, K) należy wpisać wybrane efekt(y) uczenia się (kierunkowe) • Efekty uczenia się nie muszą dotyczyć wszystkich charakterystyk II stopnia, ale muszą odnosić się do przynajmniej jednej z nich w każdej z kategorii (W, U, K) – niepotrzebne usunąć
Wiedza	P6U_W	P7S_WK	W2_W12	Zna i rozumie podstawowe mechanizmy tworzenia i rozwoju różnych instytucji kulturalnych.
Umiejętności	P6U_U	P7S_UO	W2_U08	Potrafi kreować i realizować projekty artystyczne (często w powiązaniu z innymi dyscyplinami) oraz posiada zdolność do podjęcia wiodącej roli w zespołach różnego typu.
		P7S_UK	W2_U13	Potrafi tworzyć rozbudowane prezentacje w formie słownej i pisemnej (także o charakterze multimedialnym) na tematy dotyczące zarówno własnej specjalizacji, jak i szerokiej problematyki z obszaru sztuki, wykazując zdolność formułowania własnych sądów i wyciągania trafnych wniosków .
Kompetencje społeczne	P6U_K	P7S_KR	W2_K06	Jest gotów do prezentowania skomplikowanych i specjalistycznych zadań i projektów w przystępnej formie, w sposób zrozumiały dla osób niemających doświadczenia w pracy nad projektami artystycznymi.

<p>Metody kształcenia <i>(niepotrzebne usunąć, Można dopisać inne metody, jeżeli zachodzi taka konieczność)</i></p>	<p>wykład analiza (studium) przypadków praca indywidualna praca w grupach inne metody stosowane przez prowadzącego kształcenie zdalne (w razie konieczności)</p>
--	--

	Wymagania końcowe – zaliczenie roku, forma oceny	Kod efektu uczenia się <i>(należy wpisać te kody, które zostały zweryfikowane wybraną metodą)</i>
<p>Metody weryfikacji efektów uczenia się <i>(niepotrzebne usunąć, można dopisać inne metody, jeżeli zachodzi taka konieczność)</i></p>	egzamin	W2_W12, W2_U13
	projekt, prezentacja	W2_U08
	kontrola przygotowanych projektów	W2_K06

Forma i warunki zaliczenia przedmiotu	Warunki zaliczenia:	Zaliczenie przedmiotu uwarunkowane jest uczęszczaniem na zajęcia (kontrola obecności) oraz osiągnięciem wszystkich założonych efektów kształcenia (w minimalnym akceptowalnym stopniu – w wysokości powyżej 50%).
	Warunki egzaminu:	Warunkiem przystąpienia do egzaminu jest uzyskanie zaliczenia z przedmiotu. Warunkiem zdania egzaminu jest uzyskanie więcej niż 50% przewidzianych punktów. Ocena wyrażana jest w skali od 1 do 25 pkt. obowiązującej w AM w Poznaniu.

NAKŁAD PRACY STUDENTA		Ilość godzin:	Punkty ECTS:
Godziny realizowane przy udziale nauczyciela akademickiego <i>(zajęcia dydaktyczne, konsultacje)</i>		60	3
Ilość godzin samodzielnej pracy studenta <i>(przygotowanie się do: zajęć, kolokwium, egzaminu, prezentacji, koncertu)</i>		30	

Literatura podstawowa

J. Chwedorowicz, *Kompetencje lokalnego lidera kultury. Identyfikacja. Doskonalenie*, Wyd. AM w Łodzi, Łódź 2012.

A. Mazur, *Sponsoring szansą dla kultury*, Attyka, Kraków 2011.

A. Niemczyk, *Marketing w sterze kultury. Wybrane problemy*, Wyd. AE w Krakowie, Kraków 2007.

TERAZ! Animacja kultury. Culture Animation NOW!, red. I. Kurz, IKP UW, Warszawa 2008 (online: <https://ikp.uw.edu.pl/wp-content/uploads/2015/04/ Teraz.-Animacja-kultury.pdf>).

Ł. Wróblewski, *Strategie marketingowe w instytucjach kultury*, PWE, Warszawa 2012.

Literatura uzupełniająca

Crowdfunding w Polsce, red. A. Pluszyńska, A. Szopa, Wyd. UJ, Kraków 2018.

S. Czarnecki, *Nowa widownia. O promocji w kulturze*, NCK, Warszawa 2016.

M. Dragicevic-Sesic, B. Stojković, *Kultura: zarządzanie, animacja, marketing*, NCK, Warszawa 2010.

Marketingowe oraz społeczne aspekty zarządzania w kulturze, red. Ł. Wróblewski, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2017.

Zarządzanie w kulturze. Teoria i praktyka, red. A. Pluszyńska, A. Konior, Ł. Gawel, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020.

Biblioteki wirtualne i zasoby on-line *(opcjonalnie)*