

<b>1.</b>	<b>Field of study</b>	<b>Cultural Studies</b>
2.	Faculty	Faculty of Humanities
3.	Academic year of entry	2022/2023 (winter term)
4.	Level of qualifications/degree	first-cycle studies
5.	Degree profile	general academic
6.	Mode of study	full-time

**Module:** Culture Management: Advertising and Media

**Module code:** 02-K01S-19-46e

**1. Number of the ECTS credits:** 5

<b>2. Learning outcomes of the module</b>			
<b>code</b>	<b>description</b>	<b>learning outcomes of the programme</b>	<b>level of competence (scale 1-5)</b>
46e_K03	uczestniczy w życiu kulturalnym, w szczególności zaś w życiu medialnym	02-KO1SN-12_K03	5
46e_K04	prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem zawodu związanego z reklamą i kontaktem z mediami	02-KO1SN-12_K04	5
46e_U02	potrafi diagnozować lokalne potrzeby kulturalne, w szczególności w zakresie reklamy i kontaktów z mediami	02-KO1SN-12_U02	5
46e_U15	potrafi pracować w grupie, przyjmując w niej różne role	02-KO1SN-12_U15	5
46e_U16	potrafi określić priorytety służące przygotowaniu i wykonywaniu określonego zadania	02-KO1SN-12_U16	5
46e_W03	ma uporządkowaną wiedzę o instytucjonalnej organizacji życia kulturalnego w Polsce i funkcjonowaniu instytucji artystycznych oraz upowszechniania kultury medialnej	02-KO1SN-12_W03	5
46e_W04	zna podstawy globalnej i regionalnej polityki kulturalnej, ma uporządkowaną wiedzę szczegółową na temat prawnych podstaw zarządzania, zasad finansowania projektów zbiorowych i indywidualnych	02-KO1SN-12_W04	5
46e_W08	zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony prawa autorskiego	02-KO1SN-12_W08	5

**3. Module description**

<b>Description</b>	
--------------------	--

	Moduł ma na celu zapoznanie studentów z instytucjonalną organizacją kultury medialnej w Polsce, w tym z funkcjonowaniem instytucji artystycznych, upowszechniania kultury oraz gromadzenia i ochrony dóbr kultury. Studenci poznają: podstawy polityki kulturalnej, prawne podstawy zarządzania instytucjami kultury, zasady finansowania projektów zbiorowych i indywidualnych. Przygotowują się do diagnozowania kulturalnych potrzeb grup lokalnych. Szczegółowa tematyka zajęć jest dopasowana do profilu seminarium licencjackiego: specjalista ds. reklamy i kontaktów z mediami.
<b>Prerequisites</b>	Brak.

<b>4. Assessment of the learning outcomes of the module</b>			
<b>code</b>	<b>type</b>	<b>description</b>	<b>learning outcomes of the module</b>
02-KO1SN-12-w_r	projekt	weryfikacja wiedzy i praktycznych umiejętności	46e_K03, 46e_K04, 46e_U02, 46e_U15, 46e_U16, 46e_W03, 46e_W04, 46e_W08

<b>5. Forms of teaching</b>						
<b>code</b>	<b>form of teaching</b>			<b>required hours of student's own work</b>		<b>assessment of the learning outcomes of the module</b>
	<b>type</b>	<b>description (including teaching methods)</b>	<b>number of hours</b>	<b>description</b>	<b>number of hours</b>	
02-KO1S-12-f_w	workshop	warsztaty zapoznają studentów z instytucjonalną organizacją życia kulturalnego w Polsce, zarówno w zakresie prawnych podstaw działania, jak i rzeczywistych form pracy poszczególnych placówek	30	przygotowanie projektu dotyczącego wybranych instytucji lub aspektów działania instytucji, samodzielna praca metodą projektu	100	02-KO1SN-12-w_r