

1.	Nazwa kierunku	edukacja artystyczna w zakresie sztuki muzycznej
2.	Cykl rozpoczęcia	2014/2015 (semestr zimowy)
3.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
4.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
5.	Forma prowadzenia studiów	niestacjonarna

Moduł kształcenia: Marketing i promocja dóbr kultury

Kod modułu: 13-EM-S1-MIP

1. Liczba punktów ECTS: 2

2. Zakładane efekty kształcenia modułu			
kod	opis	efekty kształcenia kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
13-EM-S1-MIP_1	Posiada wiedzę w zakresie rynku kultury i jego specyfiki, rozumie orientację marketingową w sferze kultury, orientuje się w informacji marketingowej w instytucjach kultury, rozumie istotę ochrony własności intelektualnej i zna podstawowe zasady prawa autorskiego.	K_K14 K_W03 K_W06 K_W09 K_W12 K_W13	3 3 3 3 4 4
13-EM-S1-MIP_2	Rozumie mechanizmy zachowań nabywców dóbr i usług kultury.	K_K09 K_K10 K_W08 K_W12	4 4 3 4
13-EM-S1-MIP_3	Zna etapy postępowania nabywców na rynku dóbr i usług kultury, zna podstawowe mechanizmy kształtowania zachowań konsumentów dóbr i usług kultury.	K_W09 K_W12 K_W13	4 4 4
13-EM-S1-MIP_4	Rozumie rolę twórców i artystów w kształtowaniu zachowań konsumentów dóbr i usług kultury.	K_U08 K_W12	3 4
13-EM-S1-MIP_5	Zna podstawowe zasady opracowywania oferty sponsoringowej i medialnej dla potrzeb projektu artystycznego	K_U01 K_U16 K_W06	3 3 3

		K_W12	4
13-EM-S1-MIP_6	Umie opracować podstawową reklamę werbalną i wizualną dla potrzeb projektu artystycznego.	K_U01 K_W12 K_W13	3 4 4
13-EM-S1-MIP_7	Rozumie znaczenie technologii informatycznej w zachowaniach konsumentów dóbr i usług kultury i potrafi z nich korzystać w celu promocji projektów artystycznych.	K_K06 K_K13	3 2

3. Opis modułu	
Opis	Realizacja modułu ma na celu zapoznanie studenta z podstawową wiedzą dotyczącą rynku kultury, w tym zachowań nabywców dóbr i usług kultury, podstawowych działań promocyjnych i marketingowych animatorów kultury, elementarnych zasad związanych z opracowywaniem strategii marketingowych w zakresie różnorodnych projektów artystycznych.
Wymagania wstępne	Wymagane: realizacja efektów kształcenia modułów Historia muzyki 1-2, Psychologia muzyki 1, Pedagogika twórczości 1.

4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty kształcenia modułu
MIP_w_1	aktywność na zajęciach	ocena umiejętności rozumienia argumentów oraz formułowania własnych argumentów w czasie ustnej debaty na zajęciach	13-EM-S1-MIP_2, 13-EM-S1-MIP_3, 13-EM-S1-MIP_4
MIP_w_2	praca pisemna	samodzielne opracowanie przez studenta strategii sponsorskiej, medialnej oraz budżetu imprezy artystycznej	13-EM-S1-MIP_1, 13-EM-S1-MIP_2, 13-EM-S1-MIP_3, 13-EM-S1-MIP_4, 13-EM-S1-MIP_5, 13-EM-S1-MIP_6, 13-EM-S1-MIP_7

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów kształcenia
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
MIP_fn_1	wykład	tradycyjna metoda wykładu polegająca na przedstawieniu i wyjaśnieniu podstawowych pojęć z zakresu marketingu i promocji dóbr kultury	7	praca ze wskazaną literaturą przedmiotu obejmującą samodzielne przyswojenie wiedzy dotyczącej wskazanych zagadnień	14	MIP_w_1, MIP_w_2
MIP_fn_2	ćwiczenia	poznawanie szczegółowych zagadnień z zakresu marketingu i promocji dóbr kultury na wybranych przez studentów przykładach projektów artystycznych, ich analiza i korekta	7	grupowa realizacja zaleconych zadań z zakresu marketingu i promocji dóbr kultury, omawianie i korekta przy pomocy pedagoga	22	MIP_w_1, MIP_w_2