

1.	Nazwa kierunku	etnologia i antropologia kulturowa
2.	Cykl rozpoczęcia	2017/2018 (semestr zimowy)
3.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
4.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
5.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Prawo autorskie i marketing

Kod modułu: 12-AK-PR-S2-PAM

1. Liczba punktów ECTS: 3

2. Zakładane efekty kształcenia modułu			
kod	opis	efekty kształcenia kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
_K_1	ma świadomość poziomu swojej wiedzy z zakresu ochrony prawnej utworów oraz marketingu, rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się i rozwoju zawodowego	K_K01	4
_K_2	ma elementarne umiejętności organizacyjne pozwalające na realizację celów związanych z projektowaniem i podejmowaniem działań zawodowych z uszanowaniem zasad dotyczących praw twórców wynikających z prawa autorskiego i praw pokrewnych; jest wrażliwy na etyczny wymiar działalności marketingowej	K_K07	3
_U_1	potrafi prezentować własne pomysły, sprawnie wypowiadać się w mowie i na piśmie, na tematy wybranych zagadnień z zakresu prawa autorskiego i marketingu	K_U08	3
_U_2	ma rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej; potrafi posługiwać się kanałami i technikami komunikacyjnymi w sposób właściwy i ze znajomością zasad prawa autorskiego i zasad marketingu	K_U09	2
_U_3	potrafi dostrzec i zrozumieć w pracy badawczej oraz praktyce zasady ochrony prawnej utworów oraz marketingu, a także prognozować ich konsekwencje kulturowe	K_U06	4
_W_1	ma elementarną wiedzę o miejscu prawa autorskiego oraz marketingu w systemie nauk, zwłaszcza nauk społecznych i humanistycznych oraz o jego przedmiotowym i metodologicznym powiązaniu z etnologią i antropologią	K_W02	3
_W_2	zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu prawa i marketingu, posiada wiedzę na temat zasad i norm etycznych w pracy zawodowej	K_W16	3

3. Opis modułu

Opis	treści modułu mają na celu zapoznanie studentów z zasadami ochrony własności intelektualnej oraz zasadami marketingu. Przedmiot i podmiot prawa autorskiego zostaną przedstawione w odniesieniu do konkretnych przejawów twórczości człowieka; ukazane zostaną również takie zagadnienia, jak np. dozwolony użytek chronionych utworów, programy komputerowe, prawa pokrewne, plagiaty, podstawy prawa własności przemysłowej. Moduł ma także uświadomić zasady prowadzenia działań marketingowych w celu promowania tzw. produktów kultury oraz ukazać możliwości ich finansowania.
-------------	--

Wymagania wstępne	
--------------------------	--

4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty kształcenia modułu
_w_1	praca pisemna	sprawdzenie stopnia znajomości treści wykładów i literatury uzupełniającej	_W_1, _W_2
_w_2	prezentacja	sprawdzenie umiejętności pracy w grupie oraz stopnia wykorzystania zdobytej wiedzy teoretycznej w celu przedstawienia i analizowania rozwiązań prawnych lub przeprowadzenia działań marketingowych	_K_1, _K_2, _U_1, _U_2, _U_3, _W_1

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	
_fs_1	wykład	wykład dotyczący wybranych, podstawowych zagadnień prawa ochrony własności intelektualnej oraz zasad marketingu z wykorzystaniem aktów prawnych i literatury przedmiotu	15	analiza literatury przedmiotu i zapoznanie się z obowiązującymi przepisami prawa oraz zasadami marketingu	20	_w_1
_fs_2	ćwiczenia	ćwiczenia metodą projektów	15	zebranie i opracowanie materiału oraz przygotowanie prezentacji obejmującej przedstawienie i analizę rozwiązań prawnych lub koncepcję strategii marketingowej w odniesieniu do konkretnego produktu/usługi	25	_w_2