

1.	Nazwa kierunku	muzyka w multimediamiach
2.	Wydział	Wydział Sztuki i Nauk o Edukacji
3.	Cykl rozpoczęcia	2019/2020 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
5.	Profil kształcenia	praktyczny
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Marketing sztuki i prawo autorskie

Kod modułu: 13-MM-S1-MST

1. Liczba punktów ECTS: 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
13-MM-S1-MST_1	Charakteryzuje i definiuje rynek kultury i jego specyfikę, charakteryzuje orientację marketingową w sferze kultury oraz informacje marketingowej w instytucjach kultury.	13-MM-S1-W08 13-MM-S1-W12 13-MM-S1-W13	2 3 3
13-MM-S1-MST_2	Charakteryzuje i opisuje mechanizmy zachowań nabywców dóbr i usług kultury.	13-MM-S1-W13	3
13-MM-S1-MST_3	Zna etapy postępowania nabywców na rynku dóbr i usług kultury, zna podstawowe mechanizmy kształtowania zachowań konsumentów dóbr i usług kultury.	13-MM-S1-W12 13-MM-S1-W13	3 3
13-MM-S1-MST_4	Określa rolę twórców i artystów w kształtowaniu zachowań konsumentów dóbr i usług kultury, zna podstawy prawa autorskiego.	13-MM-S1-W12 13-MM-S1-W13	3 3
13-MM-S1-MST_5	Określa znaczenie technologii informatycznej w zachowaniach konsumentów dóbr i usług kultury i potrafi z nich korzystać w celu promocji projektów artystycznych.	13-MM-S1-W08 13-MM-S1-W12 13-MM-S1-W13	3 3 3

3. Opis modułu	
Opis	Realizacja modułu ma na celu zapoznanie studenta z podstawową wiedzą dotyczącą rynku kultury, w tym zachowaniami nabywców dóbr i usług kultury, podstawowymi działaniami promocyjnymi i marketingowymi animatorów kultury, elementarnymi zasadami związanymi z opracowywaniem strategii marketingowych w zakresie różnorodnych projektów artystycznych, podstawami prawa autorskiego.
Wymagania wstępne	Brak

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
13-MM-S1-MST_w_1	kolokwium pisemne	ocena wiedzy studenta dotyczącej podstawowych zasad prawa autorskiego oraz wiedzy w zakresie rynku kultury i jego specyfiki	13-MM-S1-MST_1, 13-MM-S1-MST_2, 13-MM-S1-MST_3, 13-MM-S1-MST_4, 13-MM-S1-MST_5

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
13-MM-S1-MST_fs_2	wykład	poznawanie szczegółowych zagadnień z zakresu marketingu kultury na wybranych przykładach projektów artystycznych, ich analiza i korekta	30	grupowa realizacja zaleconych zadań z zakresu marketingu kultury, omawianie i korekta przy pomocy pedagoga	20	13-MM-S1-MST_w_1