

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>etnologia i antropologia kulturowa</b>
2.	Wydział	Wydział Sztuki i Nauk o Edukacji
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Marketing v kultuře

**Kod modułu:** 12-AK-S1-MK

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
_K_1	Studenti budou pracovat v týmu a po absolvování předmětu budou schopni plánovat základní marketingové strategie v kulturních institucích.	K_K01 K_K03 K_K05	4 4 2
_K_2	Budou poučeni o etických závazcích při plánování marketingových strategií.	K_K07	3
_U_1	Studenti připraví strategii marketingových aktivit v oblasti kulturních institucí.	K_U06 K_U09 K_U10	3 3 4
_U_2	Studenti využijí znalosti o marketingu při plánování své vlastní odborné činnosti v oblasti kultury.	K_U09 K_U10 K_U11	3 3 4
_W_1	Studenti získají základní znalosti o marketingu v kultuře, budou umět definovat pojmy a ukázat roli kulturních institucí v moderní společnosti.	K_W11 K_W17	2 4
_W_2		K_W12 K_W16	3 4
_W_3	Studenti se naučí vypracovat podnikatelský plán v oblasti kulturní činnosti.	K_W17	4

3. Opis modułu	
<b>Opis</b>	Tento modul je úvodem do marketingu, snaží se uvést marketingové a konzumní praktiky do jejich politického, ekonomického, technologického, sociálního a kulturního kontextu, a to se zvláštním odkazem na kulturní odvětví. Modul pokrývá otázky, jako je chování spotřebitelů, segmentace, cílení, umístění a kombinace prvků, podle kterých se obchodníci snaží strukturovat vztahy se zákazníky, včetně správy produktů, stanovení cen, správy komunikačních kanálů, marketingových služeb a marketingové komunikace.
<b>Wymagania wstępne</b>	Žádné požadavky.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
_w_1	projekt	použití marketingové strategie v obchodním plánu v kulturní činnosti	_K_1, _U_2, _W_2, _W_3
_w_2	presentace	analýza vybraných problémů kulturního marketingu (využití příkladů)	_K_2, _U_1, _W_1

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	
_fs_1	ćwiczenia	projekt	15	realizace části projektu (konceptce, čtení dokumentů)	40	_w_1