

1.	Field of study	Fine Arts Education
2.	Faculty	Faculty of Fine Arts and Educational Science
3.	Academic year of entry	2020/2021 (winter term), 2021/2022 (winter term), 2022/2023 (winter term)
4.	Level of qualifications/degree	second-cycle studies
5.	Degree profile	general academic
6.	Mode of study	full-time

Module: MARKETING DLA ARTYSTÓW

Module code: W6-EP-S2-MMAR

1. Number of the ECTS credits: 3

2. Learning outcomes of the module			
code	description	learning outcomes of the programme	level of competence (scale 1-5)
W6-EP-S2-MMAR_1	Student zna i rozumie zasady dotyczące aspektów managerskich w zakresie sztuki	W6-EP-S2-W01	2
W6-EP-S2-MMAR_10	Student jest gotów do wykorzystywania w różnych sytuacjach mechanizmów psychologicznych wspomagających podejmowane działania	W6-EP-S2-K03	2
W6-EP-S2-MMAR_11	Student jest gotów do wypełniania roli społecznej absolwenta edukacji artystycznej ze szczególnym uwzględnieniem managementu sztuki	W6-EP-S2-K04	2
W6-EP-S2-MMAR_12	Student jest gotów do podejmowania refleksji na temat społecznych, naukowych i etycznych aspektów związanych z własną pracą i etosem zawodu edukatora sztuki	W6-EP-S2-K05	2
W6-EP-S2-MMAR_2	Student zna i rozumie związki sztuki z innymi obszarami współczesnego życia w zakresie managementu sztuki	W6-EP-S2-W02	2
W6-EP-S2-MMAR_3	Student potrafi projektować efekty prac artystycznych oraz edukacyjnych sztuk plastycznych w zakresie managementu sztuki w aspekcie estetycznym, społecznym i prawnym	W6-EP-S2-U02 W6-EP-S2-U03	2 2
W6-EP-S2-MMAR_4	Student potrafi tworzyć, realizować i wyrażać własne koncepcje artystyczne i edukacyjne w zakresie managementu sztuki	W6-EP-S2-U01	2
W6-EP-S2-MMAR_5	Ma świadomość rozwoju technologicznego związanego z zawodem artysty i edukatora sztuki w tym managera sztuki	W6-EP-S2-U04	2
W6-EP-S2-MMAR_6	Student zna i rozumie ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z wybraną specjalnością managerską	W6-EP-S2-W08	2
W6-EP-S2-MMAR_7	Student zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości w zakresie managerstwa sztuki	W6-EP-S2-W09	2

W6-EP-S2-MMAR_8	Student potrafi w sposób odpowiedzialny podchodzić do publicznych występów działaniami managerskimi	W6-EP-S2-U07	2
W6-EP-S2-MMAR_9	Student potrafi formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami managerskimi w obrębie sztuk plastycznych	W6-EP-S2-U08	2

3. Module description

Description	<p>Moduł ma umożliwić studentowi zapoznanie się z koncepcją arts marketingu, a w szczególności ma na celu wprowadzenie artystów w tematykę wykorzystania koncepcji marketingowej na rynku kultury i sztuki. Celem zajęć jest przedstawienie możliwości, jakie niosą ze sobą tradycyjne i nowoczesne narzędzia komunikacji marketingowej w procesie kreowania wizerunku artysty i/lub instytucji kultury czy sztuki oraz budowania relacji z interesariuszami (tj. publicznością, darczyńcami, subskrybentami i in.).</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ewolucja koncepcji marketingowej. 2. Marketing organizacji non-profit. 3. Specyfika marketingu instytucji kultury. 4. Segmentacja rynku kultury i sztuki. 5. Instrumenty arts marketingu. 6. Projektowanie komunikacji marketingowej w arts marketingu 7. Event marketing oraz e-marketing w działalności z zakresu PR 8. Badania marketingowe w arts marketingu.
Prerequisites	Podstawowa wiedza z zakresu ekonomii

4. Assessment of the learning outcomes of the module

code	type	description	learning outcomes of the module
W6-EP-S2-MMAR_w_1	test egzaminacyjny/zaliczeniowy	Formularz składający się z: testu wyboru (cz. I); testu uzupełnień (cz. II) oraz pytań otwartych/poleczeń (cz. III) – dotyczy części wykładowej. Weryfikacja wiedzy z zakresu całości treści kształcenia realizowanych na wykładach i ćwiczeniach, w tym znajomości wybranych zagadnień w obszarze marketingu wykorzystywanego na rynku kultury i sztuki.	W6-EP-S2-MMAR_1, W6-EP-S2-MMAR_10, W6-EP-S2-MMAR_11, W6-EP-S2-MMAR_12, W6-EP-S2-MMAR_2, W6-EP-S2-MMAR_3, W6-EP-S2-MMAR_4, W6-EP-S2-MMAR_5, W6-EP-S2-MMAR_6, W6-EP-S2-MMAR_7, W6-EP-S2-MMAR_8, W6-EP-S2-MMAR_9
W6-EP-S2-MMAR_w_2	praca zaliczeniowa	Pisemna praca indywidualna oraz zespołowa – zastosowanie wiedzy teoretycznej dla rozwiązania powierzonego zadania praktycznego – dotyczy zajęć ćwiczeniowych. Weryfikacja wiedzy z zakresu treści kształcenia realizowanych na wykładach i ćwiczeniach. Ocena merytoryczności i rzeczowości argumentów, weryfikacja wiedzy w zakresie wybranego problemu marketingu wykorzystywanego na rynku kultury i sztuki.	W6-EP-S2-MMAR_1, W6-EP-S2-MMAR_10, W6-EP-S2-MMAR_11, W6-EP-S2-MMAR_12, W6-EP-S2-MMAR_2, W6-EP-S2-MMAR_3, W6-EP-S2-MMAR_4, W6-EP-S2-

			MMAR_5, W6-EP-S2-MMAR_6, W6-EP-S2-MMAR_7, W6-EP-S2-MMAR_8, W6-EP-S2-MMAR_9
W6-EP-S2-MMAR_w_3	prezentacja	Prezentacja wyników pracy zespołowej na forum grupy ćwiczeniowej i obrona prezentowanego stanowiska w czasie dyskusji – dotyczy zajęć ćwiczeniowych. Weryfikacja wiedzy z zakresu treści kształcenia realizowanych na wykładach i ćwiczeniach. Ocena merytoryczności i rzeczowości argumentów, weryfikacja wiedzy w zakresie wybranego problemu marketingu wykorzystywanego na rynku kultury i sztuki.	W6-EP-S2-MMAR_1, W6-EP-S2-MMAR_10, W6-EP-S2-MMAR_11, W6-EP-S2-MMAR_12, W6-EP-S2-MMAR_2, W6-EP-S2-MMAR_3, W6-EP-S2-MMAR_4, W6-EP-S2-MMAR_5, W6-EP-S2-MMAR_7, W6-EP-S2-MMAR_8, W6-EP-S2-MMAR_9
W6-EP-S2-MMAR_w_4	ocena ciągła	Obserwacja postępów w procesie kształcenia (praca indywidualna i zespołowa), ocena indywidualnej aktywności i zaangażowania studenta w realizację zadań – dotyczy zajęć ćwiczeniowych.	W6-EP-S2-MMAR_1, W6-EP-S2-MMAR_10, W6-EP-S2-MMAR_11, W6-EP-S2-MMAR_12, W6-EP-S2-MMAR_2, W6-EP-S2-MMAR_3, W6-EP-S2-MMAR_4, W6-EP-S2-MMAR_5, W6-EP-S2-MMAR_6, W6-EP-S2-MMAR_7, W6-EP-S2-MMAR_8, W6-EP-S2-MMAR_9

5. Forms of teaching						
code	form of teaching			required hours of student's own work		assessment of the learning outcomes of the module
	type	description (including teaching methods)	number of hours	description	number of hours	
W6-EP-S2-MMAR_fs_1	lecture	Wykład konwersatoryjny dotyczący koncepcji arts marketingu, ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki działalności marketingowej na rynku kultury i sztuki; instrumentarium arts marketingu oraz narzędzi pozyskiwania informacji z rynku/od interesariuszy/ publiczności/audytorium	30			W6-EP-S2-MMAR_w_1
W6-EP-S2-MMAR_fs_2	practical classes	Zajęcia prowadzone w formie konwersatoryjno-warsztatowej, obejmujące dyskusję grupową, realizację krótkich ćwiczeń, rozwiązywanie zadań o charakterze	30	Przygotowanie do ćwiczeń poprzez samodzielne studiowanie wskazanych zagadnień z zalecanych przez prowadzącego źródeł; przygotowanie pracy	30	W6-EP-S2-MMAR_w_2, W6-EP-S2-MMAR_w_3, W6-EP-S2-MMAR_w_4

		studium przypadku, prezentację wyników prac zespołów na forum grupy.		pisemnej i prezentacji indywidualnie oraz w zespole studentów zgodnie z wymaganiami prowadzącego.		
--	--	--	--	---	--	--