



UNIwersYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Strategie promocji kultury polskiej Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Projektowanie kultury Specjalność - Jednostka organizacyjna Instytut Kultury Europejskiej w Gnieźnie Poziom studiów studia drugiego stopnia Forma studiów studia stacjonarne Profil studiów profil praktyczny		Cykl dydaktyczny 2024/25 Kod zajęć 16PKTS.21K.12318.24 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy w module Blok zajęciowy Przedmioty kierunkowe
Koordynator zajęć	Katarzyna Jędraszczyk	
Prowadzący zajęcia	Katarzyna Jędraszczyk	
Okres Semestr 1	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Warsztaty: 15, Zaliczenie z oceną	Liczba punktów ECTS 3

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Celem zajęć jest przygotowanie studenta do rozpoczęcia i prowadzenia pracy w szeroko pojętej sferze promocji kultury. Podczas zajęć studenci zapoznają się z podstawowymi pojęciami promocji, ze strategiami promocji kulturalnej oraz ze sposobami finansowania projektów kulturowych. Po zapoznaniu się ze strategiami animacyjnymi i promocyjnymi podanymi przez prowadzącego, studenci pracują w grupach nad wspólnym projektem promocji kultury polskiej w instytucji kulturalnej za granicą.

Wymagania wstępne

brak

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy - Student/ka:			
W1	ma wiedzę o instytucjach kultury i sposobach promocji animacji kultury, umie posługiwać się ujęciami teoretycznymi z zakresu nauk o kulturze oraz zastosować je w typowych sytuacjach profesjonalnych w dziedzinie promocyjno-reklamowej, wykazując się przy tym otwartością na alternatywne propozycje praktyczne i poszukując rozwiązań innowacyjnych.	PKT_K2_W01, PKT_K2_W02, PKT_K2_W03, PKT_K2_W05	Projekt
Umiejętności - Student/ka:			
U1	właściwie dobrać metody i narzędzia, w tym zastosować techniki informacyjno-komunikacyjne, pozwalające na rozwiązywanie zadań dotyczących strategii promocji kultury, w szczególności dziedzictwa kulturowego.	PKT_K2_U03	Projekt
U2	potrafi stosować przepisy prawa odnoszące się do działalności w sferze kultury, a także prawo autorskie i związane z zarządzaniem własnością intelektualną, uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą znajomość dobrych praktyk w zakresie prawnej ochrony dziedzictwa kulturowego i zabytków kultury materialnej i niematerialnej w wymiarze społecznym i intelektualnym.	PKT_K2_U01, PKT_K2_U02, PKT_K2_U05	Projekt
U3	przygotowywać wystąpienia publiczne ustne w języku polskim i obcym oraz prowadzić debatę na temat działalności kulturalnej, animacyjnej, reklamowej, promocyjnej i menadżerskiej, z wykorzystaniem różnych źródeł informacji oraz ujęć teoretycznych, a także merytorycznie argumentować i formułować wnioski; samodzielnie posługiwać się narzędziami technicznymi, cyfrowymi i zaawansowanymi technologiami informacyjno-komunikacyjnymi na potrzeby działalności kulturalnej, w celu promocji kultury, w szczególności dziedzictwa kulturowego oraz reklamy wydarzeń kulturalnych; samodzielnie i profesjonalnie pisać i redagować teksty informacyjne, promocyjne i krytyczne w języku polskim i obcym, dotyczące działalności kulturalnej, animacyjnej i promocyjnej i menadżerskiej, z wykorzystaniem różnych źródeł informacji i zaawansowanych technik komunikacyjnych;	PKT_K2_U05, PKT_K2_U06, PKT_K2_U08, PKT_K2_U09	Projekt
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	ma kompetencje w kierunku poszukiwania nowatorskich sposobów promowania życia kulturalnego.	PKT_K2_K08	Projekt

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Główne definicje - definicje kultury, strategie	W1	Warsztaty
2.	Narodowa strategia rozwoju kultury 2009 - 2020, a promocyjne działania w świecie	U2	Warsztaty
3.	Analiza działań polskich instytucji kultury za granicą i promocji polskiej kultury za granicą (Instytuty Polskie, Instytut Adama Mickiewicza) Raport o stanie kultury i możliwości promocji polskiej przez kulturę	U2	Warsztaty
4.	Projekt promocji kultury polskiej w instytucji kulturalnej za granicą	W1, U1, U2, U3, K1	Warsztaty

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Warsztaty	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Dyskusja, Praca z tekstem, Metoda analizy przypadków, Metoda warsztatowa, Metoda projektu, Demonstracje dźwiękowe i/lub video, Praca w grupach

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Warsztaty	Student przygotowuje projekt działań promocyjnych kultury polskiej w instytucji kulturalnej za granicą, uwzględniając określony budżet i realia społeczno-polityczne danego kraju. Prezentuje projekt na forum grupy, odpowiada na pytania i zastrzeżenia grupy słuchaczy i prowadzącego.

Literatura

Obowiązkowa

1. J. Kargul, Upowszechnianie, animacja, komercjalizacja kultury, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.
2. G. Godlewski i in. (red.), Animacja kultury. Doświadczenie i przyszłość, Instytut Kultury Polskiej UW, Warszawa 2002.
3. Materiały pomocnicze Centrum Edukacji Obywatelskiej:
<http://www.ceo.org.pl/pl/biblioteki/news/jak-wypromowac-biblioteki> <http://www.ceo.org.pl/pl/slady/news/promocja>
Zasady komunikacji marki POLSKA <http://www.msz.gov.pl/resource/5b18a33a-fb2e-4419-9696-ab6d54854373:JCR>
4. Raport MKiDN o stanie kultury i możliwości promocji polskiej przez kulturę
http://www.kongreskultury.pl/library/File/RaportPromocja/promocja%5B1%5D.kult_raport_w.pelna.pdf

Naład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Warsztaty	15
Przygotowanie do zajęć	30
Czytanie wskazanej literatury	10

Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10
Przygotowanie projektu	20
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 85
Liczba punktów ECTS	ECTS 3

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
PKT_K2_K08	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do odpowiedzialnego pełnienia roli animatora życia kulturalnego i promotora kultury, w tym również dziedzictwa kulturowego z uwzględnieniem potrzeb zróżnicowanych grup społecznych i kulturowych, a także do poszukiwania nowatorskich, w tym również cyfrowych, sposobów animowania życia kulturalnego przy zachowaniu i w poszanowaniu dla wartości tradycyjnych, wpisanych w dziedzictwo kulturowe regionalne, polskie i europejskie
PKT_K2_U01	Absolwent/ka potrafi posługiwać się ujęciami teoretycznymi z zakresu nauk o kulturze i religii oraz zastosować je w typowych sytuacjach profesjonalnych w dziedzinie praktyki kulturalnej, animacyjnej i promocyjno-reklamowej
PKT_K2_U02	Absolwent/ka potrafi samodzielnie rozpoznawać, obserwować, interpretować i krytycznie oceniać procesy i wytwory kultury z perspektywy funkcjonowania instytucji animujących, organizujących i promujących życie kulturalne i dziedzictwo kulturowe
PKT_K2_U03	Absolwent/ka potrafi właściwie dobrać metody i narzędzia oraz poprawnie zastosować techniki informacyjno-komunikacyjne, pozwalające na rozwiązywanie w sposób innowacyjny typowych zadań i problemów pojawiających się w obrębie współczesnych praktyk kulturowych, ze szczególnym uwzględnieniem polityki kulturalnej oraz strategii promocji kultury, w szczególności w środowisku lokalnym
PKT_K2_U05	Absolwent/ka potrafi stosować przepisy prawa odnoszące się do działalności w sferze kultury, zarządzania instytucjami kultury oraz ochrony dziedzictwa kulturowego
PKT_K2_U06	Absolwent/ka potrafi przygotowywać publiczne wystąpienia ustne w języku polskim i obcym oraz prowadzić debatę na tematy zgodne z programem studiów z wykorzystaniem różnych źródeł informacji oraz ujęć teoretycznych
PKT_K2_U08	Absolwent/ka potrafi samodzielnie gromadzić, analizować i interpretować profesjonalne teksty i źródła w języku polskim i obcym, dokonywać ich oceny i twórczej interpretacji
PKT_K2_U09	Absolwent/ka potrafi samodzielnie i profesjonalnie pisać i redagować teksty informacyjne, promocyjne i krytyczne w języku polskim i obcym, dotyczące działalności kulturalnej, animacyjnej oraz menedżerskiej, z wykorzystaniem różnych źródeł informacji i zaawansowanych technik komunikacyjnych
PKT_K2_W01	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu znaczenie nauk o kulturze i religii, ich miejsce w systemie nauk humanistycznych oraz zakres badań kulturowych i stosowaną w tym obszarze terminologię
PKT_K2_W02	Absolwent/ka zna i rozumie na poziomie rozszerzonym relacje i procesy kulturowe zachodzące w świecie współczesnym oraz ma uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą różne koncepcje kultury i zastosowania praktyczne wiedzy kulturowej w dziedzinie animacji kultury, zarządzania w kulturze oraz promocji kultury i dziedzictwa kulturowego
PKT_K2_W03	Absolwent/ka zna i rozumie na poziomie rozszerzonym metodologię badań humanistycznych i interdyscyplinarnych
PKT_K2_W05	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu terminologię i teorie z zakresu komunikacji kulturowej i międzykulturowej, ze szczególnym uwzględnieniem praktyk komunikacyjnych, medialnych i promocyjnych w dziedzinie animacji kultury, zarządzania w kulturze i promocji kultury oraz dziedzictwa kulturowego