



UNIWERSYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

PR w kulturze Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Projektowanie kultury Specjalność - Jednostka organizacyjna Instytut Kultury Europejskiej w Gnieźnie Poziom studiów studia pierwszego stopnia Forma studiów studia stacjonarne Profil studiów profil praktyczny		Cykl dydaktyczny 2023/24 Kod zajęć 16PKTS.12K.12268.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy Blok zajęciowy Przedmioty kierunkowe
Koordynator zajęć	Piotr Pawlak	
Prowadzący zajęcia	Piotr Pawlak	
Okres Semestr 2	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Warsztaty: 30, Zaliczenie z oceną	Liczba punktów ECTS 3

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Absolwent zdobywa wiedzę na temat podstawowych zadań oraz technik public relation w odniesieniu do sektora kultury. Program kształcenia obejmuje kompleksową wiedzę na temat realizacji poszczególnych elementów składających się na całokształt działań z zakresu PR. Absolwent zdobywa wiedzę w zakresie zastosowania nowoczesnych rozwiązań z dziedziny ICT, w procesach komunikacji w ramach zespołu oraz w procesach komunikacji między instytucją (organizacją) a otoczeniem. Program kształcenia obejmuje naukę efektywnego wykorzystywania klasycznych już usług sieciowych, ich konfiguracji (np. chmura obliczeniowa) oraz zaawansowanych rozwiązań systemowych z zakresu Enterprise Resource Planning.

Wymagania wstępne

Student uczestniczący w zajęciach powinien wykorzystywać technologie informatyczne na poziomie podstawowym. Student powinien umieć wyszukiwać i tworzyć informacje, a także współpracować w grupie.

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	Posiada wiedzę na temat zasad i celów zastosowania technik Public Relation w szeroko rozumianym sektorze kultury. W celu ich właściwej implementacji orientuje biegłe się w podstawowych zagadnieniach sektora kultury.	PKT_K1_W05, PKT_K1_W09, PKT_K1_W10	Kolokwium ustne
W2	Posiada wiedzę na temat aktualnej polityki kulturalnej oraz podstawowych zasad marketingowych wykorzystywanych w celach promocyjnych w sektorze kultury.	PKT_K1_W06	Kolokwium ustne
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Posiada kompetencje w zakresie krytycznej oceny zjawisk kulturowych. Potrafi jednocześnie przygotowywać materiał promujący te zjawiska. Posiada zdolność pracy w zespole.	PKT_K1_U06, PKT_K1_U08, PKT_K1_U09, PKT_K1_U10	Kolokwium ustne
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	Z powodzeniem wykorzystuje standardowe rozwiązania technologiczne (w zakresie sprzętu i oprogramowania) używane w obszarze promocji dziedzictwa kulturowego i reklamy wydarzeń kulturalnych.	PKT_K1_K01, PKT_K1_K05	Kolokwium ustne
K2	Wykazuje się kreatywnością w poszukiwaniu nowych rozwiązań z zakresu PR w kulturze.	PKT_K1_K02, PKT_K1_K07, PKT_K1_K09	Kolokwium ustne

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Wiedza na temat podstawowych zadań oraz technik public relation w odniesieniu do sektora kultury.	W1, W2	Warsztaty
2.	Wiedza na temat wewnętrznych procesów komunikacji w procesie projektowania kultury	U1, K1	Warsztaty
3.	Wiedza na temat zewnętrznych procesów komunikacji w procesie projektowania kultury	W1, U1, K2	Warsztaty
4.	Klasyczne oraz nowoczesne sposoby organizacji public relation w procesie projektowania kultury.	W1, W2, K1, K2	Warsztaty

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Warsztaty	Dyskusja, Uczenie problemowe (Problem-based learning), Gra dydaktyczna/symulacyjna, Metoda warsztatowa, Demonstracje dźwiękowe i/lub video

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Warsztaty	Student otrzyma 3 pytania na kolokwium ustnym, ich ocena według kryteriów poniżej: 5.0 - znakomita wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 4.5 - bardzo dobra wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 4.0 - dobra wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 3.5 - zadowalająca wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 3.0 - zadowalająca wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 2.0 - niezadowalająca wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu

Literatura

Obowiązkowa

1. Monika N. (2023), Reklama Aspekty prawne Nowe wyzwania, Warszawa
2. Oruba N. (2023), Copywriting, Gliwice
3. Niemczyk A. (2007), Marketing w sferze kultury. Wybrane problemy, Kraków.
4. Nierenberg B. (2004), Reklama jako element procesu komunikacji rynkowej, Opole.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Warsztaty	30
Przygotowanie do zajęć	15
Czytanie wskazanej literatury	15
Przygotowanie demonstracji	15
Przygotowanie do zaliczenia	15
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90
Liczba punktów ECTS	ECTS 3

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
PKT_K1_K01	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do przyjęcia postawy krytycznej wobec przyswajanej wiedzy i powszechnych opinii, wykazując się przy tym otwartością na alternatywne propozycje teoretyczne i praktyczne oraz aktywnością w poszukiwaniu innowacyjnych rozwiązań
PKT_K1_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do poszukiwań nowatorskich sposobów animowania życia kulturalnego oraz ruchu turystycznego, ze szczególnym odniesieniem do społeczności lokalnych
PKT_K1_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do oceny własnych kompetencji oraz wiedzy, myślenia i działania w sposób kreatywny oraz inicjowania aktywności w interesie publicznym na rzecz rozwoju kulturowego regionu, kraju, Europy i aktywnego w nich uczestnictwa oraz koordynacji działań społeczności lokalnej w tym zakresie
PKT_K1_K07	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do współtworzenia relacji międzyludzkich i współpracy z różnymi grupami, wnoszenia do ich aktywności indywidualnego i twórczego wkładu, przy tym przyjmowania różnych ról w pracy grupowej, w tym roli kierowniczej
PKT_K1_K09	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do odpowiedzialnego pełnienia roli animatora życia kulturalnego i promotora kultury i turystyki kulturowej z uwzględnieniem potrzeb różnicowanych grup społecznych i kulturowych, a także do poszukiwania nowatorskich
PKT_K1_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_K1_U08	Absolwent/ka potrafi samodzielnie i profesjonalnie pisać i redagować teksty informacyjne, promocyjne i krytyczne w języku polskim i obcym, dotyczące działalności kulturalnej, animacyjnej, turystycznej oraz menadżerskiej, z wykorzystaniem różnych źródeł informacji i zaawansowanych technik komunikacyjnych
PKT_K1_U09	Absolwent/ka potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się oraz ustawicznie doskonalić umiejętności zawodowe niezbędne do własnego rozwoju, a także ukierunkować innych w tym zakresie
PKT_K1_U10	Absolwent/ka potrafi stosować przepisy prawa autorskiego i jego pochodne oraz wynikające z nich zasady zarządzania własnością intelektualną
PKT_K1_W05	Absolwent/ka zna i rozumie w zaawansowanym stopniu fakty, terminy i zjawiska z zakresu historii kultury, a także wierzeń, religii i obyczaju na przestrzeni wieków ze szczególnym uwzględnieniem kontekstu praktyki życia codziennego człowieka i społeczeństwa
PKT_K1_W06	Absolwent/ka zna i rozumie w zaawansowanym stopniu współczesne życie kulturalne oraz rozwój najważniejszych dziedzin kultury artystycznej (literatura, film, teatr, sztuki plastyczne, architektura), a także ludzkie potrzeby związane z aktywnością w sferze kultury i sztuki
PKT_K1_W09	Absolwent/ka zna i rozumie w zaawansowanym stopniu aspekty współczesnej polityki kulturalnej oraz zasady planowania działań kulturalnych i turystycznych w skali lokalnej, również w aspekcie kształtowania postaw wobec różnych obszarów kultury: turystyki kulturowej i pamięci kulturowej oraz w pogłębianiu kompetencji kulturowej
PKT_K1_W10	Absolwent/ka zna i rozumie w zaawansowanym stopniu funkcje i zadania instytucji kultury, sposoby aktywizacji kulturowej i turystycznej społeczności lokalnych, zewnętrzne i wewnętrzne sposoby zarządzania i uwarunkowania działalności instytucji kulturalnych oraz realizacji projektów kulturalnych