



UNIWERSYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Promocja wydarzeń kulturalnych Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Projektowanie kultury Specjalność Menadżer kultury w środowisku lokalnym Jednostka organizacyjna Instytut Kultury Europejskiej w Gnieźnie Poziom studiów studia drugiego stopnia Forma studiów studia stacjonarne Profil studiów profil praktyczny		Cykl dydaktyczny 2023/24 Kod zajęć 16PKTMKLS.24S.12358.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe
Koordynator zajęć	Piotr Pawlak	
Prowadzący zajęcia	Piotr Pawlak	
Okres Semestr 3	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Warsztaty: 30, Zaliczenie z oceną	Liczba punktów ECTS 4

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Absolwent zdobywa wiedzę na temat podstawowych zadań oraz promocyjnych technik marketingowych w odniesieniu do sektora kultury, ze szczególnym uwzględnieniem wydarzeń kulturalnych. Program kształcenia obejmuje kompleksową wiedzę na temat realizacji poszczególnych elementów składających się na całość kampanii marketingowej (segmentacja rynku, pozycjonowanie produktu, kreowanie marki, konstrukcja przekazu promocyjnego, wykorzystanie podstawowych kanałów komunikacji marketingowej, elementy marketingowej kampanii negatywnej) ze szczególnym naciskiem na jej fazę przygotowawczą. Efektem zajęć jest przygotowanie własnego, autorskiego projektu promocyjnego.

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	Zna zasady i celów zastosowania technik reklamowych w szeroko rozumianym sektorze kultury. W celu ich właściwej implementacji orientuje biegłe się w podstawowych zagadnieniach sektora kultury. Biegłe orientuje się w fachowej terminologii.	PKT_K2_W02, PKT_K2_W08, PKT_K2_W10	Kolokwium ustne
W2	Z powodzeniem pisze i redaguje teksty informacyjne i promocyjne, przygotowuje również wypowiedzi ustne w języku polskim i obcym. Zna zasady konstrukcji przekazu reklamowego oraz logikę mediów społecznościowych	PKT_K2_W01, PKT_K2_W03, PKT_K2_W04, PKT_K2_W05, PKT_K2_W06, PKT_K2_W09	Kolokwium ustne
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Potrafi wykorzystywać wiedzę z zakresu właściwej dla kulturoznawstwa terminologii. Wykazuje zdolności do pozyskiwania informacji przydatnych dla konstrukcji materiału reklamowego	PKT_K2_U01, PKT_K2_U02, PKT_K2_U03, PKT_K2_U04, PKT_K2_U06, PKT_K2_U09, PKT_K2_U13	Projekt
U2	Posiada podwyższone umiejętności organizacyjne w zakresie planowania i implementacji programów i strategii reklamowych dla sektora kultury, ze szczególnym naciskiem na przygotowanie i realizację własnych projektów promocyjnych.	PKT_K2_U01, PKT_K2_U05, PKT_K2_U08, PKT_K2_U10, PKT_K2_U15, PKT_K2_U16, PKT_K2_U17	Projekt
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	Jest gotów wykorzystywać standardowe rozwiązania technologiczne (w zakresie sprzętu i oprogramowania) używane w obszarze promocji dziedzictwa kulturowego i reklamy wydarzeń kulturalnych. Potrafi przygotować autorski projekt promocyjny	PKT_K2_K03	Kolokwium ustne

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Wprowadzenie podstawowej terminologii oraz metodologii.	W1, W2	Warsztaty
2.	Zapoznanie studentów ze współczesnymi koncepcjami projektów promocyjnych.	U1, U2	Warsztaty

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
3.	Zapoznanie studentów z podstawowymi problemami marketingu sieciowego.	W1, K1	Warsztaty
4.	Zapoznanie studentów z kulturowym wymiarem działań promocyjnych.	W2, U1	Warsztaty
5.	Przygotowanie i realizacja autorskiego projektu promocyjnego dotyczącego wydarzenia kulturalnego.	U2, K1	Warsztaty

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Warsztaty	Dyskusja, Praca z tekstem, Metoda projektu, Metoda aktywizująca - "burza mózgów", Praca w grupach

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Warsztaty	50% wynik kolokwium ustnego 50% realizacja projektu 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. Oruba N. (2023), Copywriting, Gliwice
2. Monika N. (2023), Reklama Aspekty prawne Nowe wyzwania, Warszawa
3. Szalkiewicz W., Sokołowski M., Inżynierowie społeczni i technologie zdobywania władzy. Studia nad manipulacją i propagandą, Toruń, 2017.
4. Castells M., Władza komunikacji, Tł. Jedliński J., Tomanek P., Warszawa, 2013.
5. Niemczyk A., Marketing w sferze kultury. Wybrane problemy, Kraków, 2007.

Dodatkowa

1. Cwalina W., Falkowski A., Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna, Gdańsk, 2005.
2. Pokrzyca L., Promocja i public relations w społeczeństwie informacyjnym : studia przypadków, Lublin, 2011.

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 projektu	30
Przygotowanie do zaliczenia	20
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 110
Liczba punktów ECTS	ECTS 4

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
PKT_K2_K03	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do świadomego i kreatywnego uczestnictwa w życiu kulturalnym, z uwzględnieniem poszczególnych jego elementów merytorycznych i organizacyjnych oraz do poszukiwania rozwiązań alternatywnych dla istniejącego ładu kulturalnego, z poszanowaniem dla elementów tradycji i dziedzictwa kulturowego Polski i Europy
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_U04	Absolwent/ka potrafi posługiwać się podstawowymi ujęciami teoretycznymi w badaniach nad kulturami lokalnymi „małych ojczyzn” w zakresie tożsamości krajobrazu kulturowego i umie je zastosować w różnych sytuacjach profesjonalnych, związanych z innowacyjną organizacją i animacją życia kulturalnego 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_U10	Absolwent/ka potrafi samodzielnie gromadzić, analizować oraz interpretować informacje niezbędne do pracy profesjonalnych zespołów w instytucjach i organizacjach kulturalnych przy realizacji projektów kulturalnych, w tym animacyjnych, menedżerskich i wystawienniczych
PKT_K2_U13	Absolwent/ka potrafi przygotować projekt kulturalny, stronę internetową wydarzenia, określić cele i wyselekcjonować optymalne narzędzia do jego realizacji
PKT_K2_U15	Absolwent/ka potrafi zastosować zdobytą wiedzę jako uczestnik i animator działań kulturalnych, promotor i menedżer kultury w odniesieniu do społeczności lokalnej w celu podtrzymania tradycji i ochrony dziedzictwa kulturowego
PKT_K2_U16	Absolwent/ka potrafi podjąć właściwe działania i zastosować dobre praktyki w zakresie ochrony lokalnego dziedzictwa kulturowego oraz lokalnych zabytków kultury materialnej i niematerialnej w wymiarze społecznym i kulturowym
PKT_K2_U17	Absolwent/ka potrafi analizować, syntetyzować dane i wykorzystywać je w działaniu praktycznym
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

Kod	Treść
PKT_K2_W04	Absolwent/ka zna i rozumie metodykę realizowanych zadań i dobre praktyki stosowane w dziedzinie animacji kultury, zarządzania w kulturze oraz promocji kultury i dziedzictwa kulturowego
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
PKT_K2_W06	Absolwent/ka zna i rozumie na poziomie rozszerzonym źródła kultury i polskiego oraz europejskiego dziedzictwa kulturowego oraz czynniki kształtujące tożsamość kulturową w środowisku lokalnym
PKT_K2_W08	Absolwent/ka zna i rozumie na poziomie rozszerzonym aspekty współczesnej polityki kulturalnej oraz zasady planowania działań kulturalnych w skali lokalnej, a także animacji kulturowej różnych grup i społeczności lokalnych
PKT_K2_W09	Absolwent/ka zna i rozumie na poziomie rozszerzonym pojęcia i zasady w zakresie zarządzania, reklamy i promocji instytucji oraz przedsięwzięć kulturalnych i artystycznych, zna narzędzia cyfrowe, za pomocą których promocja i reklama może być realizowana
PKT_K2_W10	Absolwent/ka zna i rozumie uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą znajomość dobrych praktyk w zakresie ochrony dziedzictwa kulturowego oraz zabytków kultury materialnej i niematerialnej w wymiarze społecznym i intelektualnym