 **Filia Wydział Instrumentalno-Pedagogiczny,
 w Białymstoku Edukacji Muzycznej i Wokalistyki**

|  |
| --- |
| Nazwa przedmiotu:**Komunikacja społeczna i organizacja imprez** |
| Jednostka prowadząca przedmiot:**UMFC Filia w Białymstoku****Wydział Instrumentalno-Pedagogiczny, Edukacji Muzycznej i Wokalistyki** | Rok akademicki:**2020/2021** |
| Kierunek:**edukacja artystyczna w zakresie sztuki muzycznej** | Specjalność:**prowadzenie zespołów muzycznych, edukacja artystyczna szkolna, muzyka kościelna** |
| Forma studiów:**stacjonarne drugiego stopnia** | Profil kształcenia:**ogólnoakademicki (A)** | Status przedmiotu:**obowiązkowy**  |
| Forma zajęć:**wykład**  | Język przedmiotu:**polski** | Rok/semestr:**R. I, s. I** | Wymiar godzin:15 |
| Koordynator przedmiotu | **Kierownik Katedry Chóralistyki i Edukacji Artystycznej** |
| Prowadzący zajęcia | **dr hab. Anna Wróbel** |
| Cele przedmiotu | Znajomość podstawowej wiedzy z zakresu komunikacji społecznej. Rodzaje komunikacji. Pozyskanie wiedzy z zakresu komunikacji werbalnej, niewerbalnej i medialnej. Przygotowanie do zaplanowania, przeprowadzenia i kontroli własnego przedsięwzięcia artystycznego, bądź stałej działalności związanej ze sferą kultury. Przygotowanie do roli menadżera kultury. Zasady prawidłowego kreowania swojego wizerunku artystycznego i kształtowania opinii publicznej. Metody przeprowadzania badań i analiza rynku. Źródła finansowania sfery kultury. |
| Wymagania wstępne | Ogólna wiedza z zakresu komunikacji społecznej w otaczającym świecie i świecie mediów. |
| **Kategorie efektów** | **Nr efektu**  | **EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU** | Numer efektu kier./spec. |
| Wiedza | 1 | Zna i potrafi zastosować techniki badań do zaplanowania przedsięwzięcia artystycznego | K2\_W2 |
| Wiedza  | 2 | Posiada szeroką wiedzę dotyczącą marketingowych, finansowych i prawnych aspektów zawodu muzyka | K2\_W7 |
| Umiejętności | 3 | Posiada umiejętności komunikacyjne i organizacyjne | K2\_U1 |
| Kompetencje społeczne | 4 | Inicjuje działania artystyczne w zakresie szeroko pojętej kultury (podejmowanie projektów o charakterze interdyscyplinarnym lub też wymagającym współpracy z przedstawicielami innych dziedzin sztuki i nauki) | K2\_K6 |
| **TREŚCI PROGRAMOWE PRZEDMIOTU** | Liczba godzin |
| 1. Zajęcia organizacyjne. Prezentacja i omówienie programu. Wstęp do organizacji imprez artystycznych.
2. Komunikacja interpersonalna i negocjacje.
3. Procedury pozyskiwania środków pozabudżetowych.
4. Biznesplan przedsięwzięcia kulturalnego.
5. Prawo autorskie i prawa pokrewne.
6. Marketing i reklama. Jak skutecznie dotrzeć do ludzi z informacją o wydarzeniu kulturalnym.
7. Public Relations – ważny element w kształtowaniu wizerunku firmy i wydarzenia kulturalnego.
8. Działalność menadżera.
9. Burza mózgów – autorskie projekty, pomysły na wydarzenia artystyczne.
 | 1h2h3h2h2h2h2h1h |
| Treści programowe wzajemnie się przenikają, a większość z nich jest obecna podczas całego procesu kształcenia | Łącznie 15h |
| Metody kształcenia | * + - 1. wykład problemowy
			2. wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień
			3. analiza przypadków
			4. praca indywidualna
			5. praca w grupach
			6. prezentacje indywidualne
 |
| Metody weryfikacji |  | Nr efektu uczenia się |
| 1. Praca pisemna – pomysł na wydarzenie kulturalne i jego realizację
 | 1, 2 |
| 1. Kontrola przygotowanych prezentacji
 | 3, 4 |
| **KORELACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ Z TREŚCIAMI PROGRAMOWYMI, METODAMI KSZTAŁCENIA I WERYFIKACJI** |
| Nr efektu uczenia się | Treści kształcenia | Metody kształcenia | Metody weryfikacji |
| 1 | 2, 3, 5 | 1, 2, 3 | 1 |
| 2 | 4, 6 | 1, 2, 3, 4 | 1, 2 |
| 3 | 7 | 1, 2, 3, 4, 5 | 2 |
| 4 | 8, 9 | 1, 2, 3, 5, 6 | 1 |
| **Warunki zaliczenia** | Semestr I – kolokwium Warunkiem zaliczenia jest osiągnięcie wszystkich założonych efektów uczenia się (w minimalnym akceptowalnym stopniu w wysokości >50%) |
| Rok | I | II |  |
| Semestr | I | II | III | IV |
| ECTS | 1 | - | - | - |
| Liczba godzin w tyg. | 1 | - | - | - |
| Rodzaj zaliczenia | kolokwium | - | - | - |
| **Literatura podstawowa** |
| 1. A. Pease, „Mowa ciała”, Wydawnictwo Jedność, Kielce,2001
2. M. Knapp, J.A. Hall, „Komunikacja w interakcjach międzyludzkich”, Wydawnictwo Astrum, Wrocław,2000
3. M.McKay, M.Davis,P.Fanning, „Sztuka skutecznego porozumiewania się”, Gdańskie Wydawnictwo Pedagogiczne, Gdańsk, 2004
4. Cianciara J., Uściska B., „Komunikacja społeczna: komunikowanie się z mediami w praktyce”, Wydawnictwo "Astrum", Wrocław, 1999
5. B. Dobek-Ostrowska, „Podstawy komunikowania społecznego”, Wrocław, 1999
6. Domachowski W., „Psychologia społeczna komunikacji niewerbalnej”, Wydawnictwo "Edytor", Toruń, 1993
7. Cialdini R., „Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka”, Gdańskie Towarzystwo Psychologiczne, Gdańsk, 1996
8. Nęci Z., „Komunikowanie interpersonalne”, Ossolineum, Wrocław, 1992
9. Tkaczyk L., „Komunikacja niewerbalna”, Wydawnictwo Astrum, Wrocław, 1996
 |
| **Literatura uzupełniająca** |
| 1. „Marketing w praktyce” i inne artykuły z zakresu komunikacji społecznej
2. Czasopisma specjalistyczne publikowane w Internecie
 |
| **KALKULACJA NAKŁADU PRACY STUDENTA** |
| Zajęcia dydaktyczne | 15 | Przygotowanie się do prezentacji | 4 |
| Przygotowanie się do zajęć | 1 | Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia | 4 |
| Praca własna z literaturą | 2 | Inne | 2 |
| Konsultacje | 2 |  |  |
| Łączny nakład pracy w godzinach | 30 | Łączna liczba punktów ECTS | 1 |
| **Możliwości kariery zawodowej** |
| Student przygotowany jest do kontynuacji tematyki przedmiotu na zajęciach *promocja i marketing dóbr kultury* |
| **Ostatnia modyfikacja opisu przedmiotu** |
| Data | Imię i nazwisko | Czego dotyczy modyfikacja |
| 15.03.201901.10.2020 | dr hab. Anna Wróbelprof. dr hab. Bożena Violetta Bielecka | Dostosowanie do PRKAktualizacja danych karty |

**SPOSOBY REALIZACJI I WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ ZOSTAŁY DOSTOSOWANE DO SYTACJI EPIDEMIOLOGICZNEJ WEWNĘTRZNYMI AKTAMI PRAWNYMI UCZELNI**