

**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. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 1h  2h  3h  2h  2h  2h  2h  1h | |
| 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 | | | | | | | | | | | | |
| 15.03.2019  01.10.2020 | dr hab. Anna Wróbel  prof. dr hab. Bożena Violetta Bielecka | | | | | | | Dostosowanie do PRK  Aktualizacja danych karty | | | | | | | | | | | | |

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