



UNIwersytet Muzyczny Fryderyka Chopina
Wydział Instrumentalno-Pedagogiczny w Białymstoku

Nazwa modułu: Komunikacja społeczna i organizacja imprez		Kod modułu:
Nazwa jednostki prowadzącej moduł: Wydział Instrumentalno-Pedagogiczny w Białymstoku		Rok akademicki: 2013/2014
Nazwa kierunku: Edukacja artystyczna w zakresie sztuki muzycznej		
Forma studiów: stacjonarne drugiego stopnia	Profil kształcenia: ogólnoakademicki (A)	Status modułu: obowiązkowy
Specjalność: muzyka kościelna, edukacja artystyczna szkolna, prowadzenie zespołów muzycznych		Rok / semestr: r. I, s. I
Język modułu: polski	Forma zajęć: wykład	Wymiar zajęć: 30
Koordynator modułu	Kierownik Zakładu Edukacji Artystycznej	
Prowadzący zajęcia	mgr Angelika Arendt-Zadykowicz	
Cele modułu	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.	

Kod efektu	MODUŁOWE EFEKTY KSZTAŁCENIA	Odniesienie do efektów specjalnościowych (kierunkowych)
------------	------------------------------------	---

w zakresie WIEDZY (W)

W01 ¹	Zna i potrafi zastosować techniki badań do zaplanowania przedsięwzięcia artystycznego	K_W11
------------------	---	-------

w zakresie UMIEJĘTNOŚCI (U)

U01	Posiada umiejętności komunikacyjne i organizacyjne	K_U21
U02	Świadomie potrafi dostosować środki komunikacyjne do zaistniałej sytuacji i wykreować działania artystyczne dla danej grupy społecznej	K_U01 K_U02
U03	Pozyskane umiejętności pozwalają na profesjonalną i przekonującą komunikację społeczną z różnymi środowiskami w celu zrealizowania założonego zadania oraz zorganizowania przedsięwzięcia artystycznego	K_U13 K_U17

w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH (K)

K01	Posiada pogłębioną wiedzę dotyczącą marketingowych, finansowych i prawnych aspektów zawodu muzyka, ze zwróceniem szczególnej uwagi na zagadnienia związane z prawem autorskim	K_K15 K_K16
K02	Wykorzystuje mechanizmy psychologiczne, wykazuje się umiejętnością funkcjonowania w społeczeństwie w zakresie organizowania i wykonywania własnych działań artystycznych i dostosowania się do współczesnego rynku	K_K11 K_K12 K_K13 K_K14
K03	Inicjuje działania artystyczne w zakresie szeroko pojętej kultury (podejmowanie projektów o charakterze interdyscyplinarnym lub też wymagającym współpracy z przedstawicielami innych dziedzin sztuki i nauki)	K_K11 K_K12

TREŚCI PROGRAMOWE MODUŁU

¹ Efekty kształcenia – definiowane w oparciu o kierunkowe (specjalnościowe) efekty kształcenia

1. Wprowadzenie do organizacji przedsięwzięć artystycznych oraz komunikacja społeczna.	4 h
2. Organizacja imprez kulturalnych.(analiza, przykłady)	4h
3. Zasady prawne i zwyczajowe w zakresie tworzenia wizerunku artysty-zespołu.	2h
4. System prawny, organizacyjny i finansowy sfery kultury w Polsce. Pozyskiwanie środków na działalność kulturalną.	4h
5. Prawo autorskie i prawa pokrewne, a organizacja wydarzenia artystycznego.	2h
6. Zasady komunikacji społecznej i ich rodzaje.	4h
7. Public Relations, czyli kreowanie pozytywnego wizerunku.	4h
8. Techniki kształtowania opinii publicznej.	2h
9. Ja jako menadżer własnej działalności artystycznej (autorskie pomysły i ich realizacja)	4h
Treści programowe wzajemnie się przenikają, a większość z nich jest obecna podczas całego procesu kształcenia	30 łącznie

Metody kształcenia	
1. wykład problemowy	
2. wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień	
3. analiza przypadków	
4. praca indywidualna	
5. praca w grupach	
6. prezentacja nagrań CD i DVD	
7. aktywizacja („burza mózgów”, metoda „śniegowej kuli”)	
8. technika swot	

Weryfikacja efektów kształcenia	
Metody weryfikacji	Nr efektu ²
1. Kolokwium ustne	W01, U01, U02, U03, K02, K03,
2. Kontrola przygotowanych prezentacji	U01, K01

Korelacja efektów kształcenia z treściami i metodami kształcenia oraz metodami ich weryfikacji ³			
Nr efektu kształcenia	Treści kształcenia	Metody kształcenia	Metody weryfikacji
W01	1, 8	4, 5, 8	2
U01	3	3, 4, 5	1
U02	6	3, 4, 5	1
U03	7, 9	3, 4, 5	3
K01	4, 5	2, 3, 7	3
K02	2	6, 1	2
K03	9	4, 2, 3	3

Forma zaliczenia
Semestr I – kolokwium
Warunkiem zaliczenia jest osiągnięcie wszystkich założonych efektów kształcenia (w minimalnym akceptowalnym stopniu w wysokości >50%)

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, Gdański Towarzystwo Psychologiczne, Gdańsk, 1996
8. Nęci Z., Komunikowanie interpersonalne, Ossolineum, Wrocław, 1992
9. Tkaczyk L., Komunikacja niewerbalna, Wydawnictwo Astrum, Wrocław, 1996

² odnosimy się do uprzednio sformułowanych przez nas efektów kształcenia

³ należy podać numer efektu kształcenia, numery odpowiednich zakresów treści kształcenia oraz przyporządkować im metody kształcenia i weryfikacji (podać numery)

Literatura uzupełniająca

1. „Marketing w praktyce” i inne artykuły z zakresu komunikacji społecznej
2. Czasopisma specjalistyczne publikowane w Internecie

Kalkulacja nakładu pracy studenta potrzebnej do osiągnięcia zakładanych efektów kształcenia (w godz.)

Zajęcia dydaktyczne – godziny kontaktowe	30
Przygotowywanie się do zajęć	3
Praca z literaturą	3
Konsultacje	2
Przygotowywanie się do prezentacji/koncertu	3
Przygotowywanie się do egzaminu, zaliczenia	2
Inne	2
Łączny nakład pracy studenta w godz.	45
Liczba punktów ECTS	1,5

Rok	I		II	
	I	II	III	IV
Semestr				
Punkty ECTS	1,5	-	-	-
Ilość godzin w tygodniu	2	-	-	-
Rodzaj zaliczenia	kolokwium	-	-	-

Możliwości kariery zawodowej

Student przygotowany jest do kontynuacji tematyki przedmiotu na zajęciach *promocja i marketing dóbr kultury*