

**I. Dane podstawowe**

Nazwa przedmiotu	Przedsiębiorczość w branży muzycznej
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Music Entrepreneurship
Kierunek studiów	Muzykologia
Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie)	I
Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne)	Stacjonarne
Dyscyplina	Zajęcia interdyscyplinarne: - Dziedzina nauk humanistycznych: nauki o sztuce - Dziedzina sztuki: sztuki muzyczne - Dziedzina nauk społecznych: nauki o zarządzaniu i jakości
Język wykładowy	Język polski

Koordinator przedmiotu/osoba odpowiedzialna	dr hab. szt. muz. Agnieszka Schulz-Brzyska
---	--

Forma zajęć	Liczba godzin	semestr	Punkty ECTS
warsztaty	15	I	2

Wymagania wstępne	Ogólna orientacja na temat współczesnego rynku muzycznego.
-------------------	--

**II. Cele kształcenia dla przedmiotu**

Przekazanie wiedzy z zakresu uwarunkowań prawnych, ekonomicznych i rynkowych oraz różnych form przedsiębiorczości, w tym indywidualnej, właściwych dla branży muzycznej w różnych jej przejawach. Poznanie potencjalnych ścieżek przyszłej kariery zawodowej w branży muzycznej oraz sposobów dążenia i realizowania założonych wcześniej w tym obszarze celów. Zdobycie wiedzy z zakresu możliwych form aktywności w branży muzycznej na współczesnym rynku pracy oraz poznanie zasad i mechanizmów ich finansowania. Poznanie sposobów pozyskiwania środków finansowych na realizację różnego typu projektów muzycznych, artystycznych i edukacyjnych. Nabycie praktycznej umiejętności samodzielnego tworzenia projektów muzycznych, artystycznych i edukacyjnych oraz tworzenia zespołów umożliwiających ich realizację. Nabycie umiejętności analizowania potrzeb rynkowych pod kątem odnajdywania potencjalnych beneficjentów różnego typu inicjatyw. Nabycie umiejętności analizowania rynku pracy w branży muzycznej pod kątem projektowania, planowania, doskonalenia i modyfikowania ścieżki własnego rozwoju zawodowego. Wykształcenie postawy charakteryzującej się stałą potrzebą rozwijania posiadanych przez siebie kompetencji celem wyszukiwania potencjalnych obszarów aktywności zawodowej w branży muzycznej. Przygotowanie studenta do podejmowania działań w zakresie inicjowania wybranych przez siebie form aktywności i kreowania własnej kariery zawodowej w branży muzycznej.

**III. Efekty uczenia się dla przedmiotu wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych**

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
<b>WIEDZA</b>		
W_01	Definiuje uwarunkowania prawne, ekonomiczne i rynkowe oraz formy indywidualnej przedsiębiorczości właściwe dla branży muzycznej	K_W18
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>		
U_01	Określa możliwości rozwoju zawodowego w branży muzycznej dobierając formy rozwijania własnych kompetencji i strategię uczenia się przez całe życie	K_U18
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>		
K_01	Jest gotowy do podejmowania działań w zakresie inicjowania działalności w branży muzycznej oraz kreowania i profilowania własnej kariery zawodowej	K_K08

**IV. Opis przedmiotu/ treści programowe**

Zajęcia opierają się na poznawaniu prawnych i organizacyjnych metod pozyskiwania środków finansowych, w tym funduszy unijnych, dotacji, stypendium oraz metod społecznych (crowdfunding) dla różnych przedsięwzięć kulturalnych. Dyskusyjna forma (w formie active learning) dotycząca harmonogramu działań, planowania budżetu i rozliczanie projektu w oparciu o istotę, rodzaje i klasyfikacje wydarzenia kulturalnego w celu ukierunkowania i uwarunkowania atrakcyjności projektu. Poznawanie na konkretnych przykładach organizowania i koordynowania projektu. Symulacja kreatywnego planowania i zastosowania działań w tworzeniu projektów związanych z organizacją życia kulturalnego z uwzględnieniem przepisów RODO w marketingu elektronicznym prowadzonym za pomocą środków komunikacji elektronicznej pozwoli na rozwój kompetencji w kierunku świadomego korzystania ze środków komunikacji werbalnej i pozawerbalnej. Ćwiczenia w małych grupach poruszają także elementy zaznajomienia z metodami skutecznych negocjacji czy tworzeniem draftów umów oraz zleceń w celu rozumienia podstawowych kategorii marketingu muzycznego.

**V. Metody realizacji i weryfikacji efektów uczenia się**

Symbol efektu	Metody dydaktyczne	Metody weryfikacji	Sposoby dokumentacji
<b>WIEDZA</b>			
W_01	Wykład konwersatoryjny	referat	Protokół
<b>UMIĘTNOŚCI</b>			
U_01	Burza mózgów	Przygotowanie projektu	Protokół
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>			
K_01	dyskusja	obserwacja	Protokół

**VI. Kryteria oceny, wagi...**

Warunkiem niezbędnym do uzyskania oceny pozytywnej jest frekwencja na zajęciach mieszcząca się w limitach zapisanych w Regulaminie studiów KUL, regularne przygotowywanie się do zajęć, aktywny w nich udział (w zakresie przewidzianym formą zajęć) oraz realizowanie we wskazanych terminach i zgodnie z otrzymanymi zaleceniami zadań wyznaczonych przez prowadzącego (np. prace cząstkowe, referaty, eseje, prezentacje, analizy, itp.) oraz kreatywna i rzeczowa dyskusja nad omawianym projektem. Formę końcowego kolokwium (z odniesieniem do określonych efektów uczenia się) wskazano w punkcie V niniejszej karty (metody weryfikacji). Ocena końcowa jest średnią ważoną oceny uzyskanej na końcowym kolokwium i wszystkich ocen cząstkowych uzyskanych przez studenta na zajęciach na przestrzeni danego semestru.

Ocena bardzo dobra	Osiągnięcie wszystkich założonych w niniejszej karcie efektów uczenia się w stopniu bardzo dobrym.
Ocena dobra	Osiągnięcie wszystkich założonych w niniejszej karcie efektów uczenia się w stopniu dobrym.
Ocena dostateczna	Osiągnięcie wszystkich założonych w niniejszej karcie efektów uczenia się w stopniu dostatecznym.
Ocena niedostateczna	Niezrealizowanie założonych w niniejszej karcie efektów uczenia się.

Sprawdzenie stopnia osiągniętych efektów uczenia się następuje po zakończeniu pełnego cyklu zajęć. Bardzo istotnym kryterium wpływającym na uzyskanie przez studenta określonej oceny końcowej jest jego aktywność i umiejętność merytorycznego wypowiedzenia się (w formie pisemnej lub ustnej) w kwestiach omawianych na zajęciach.

**VII. Obciążenie pracą studenta**

Forma aktywności studenta	Liczba godzin
Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem	30
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	30

Do realizacji przez studenta zaleconych działań w ramach pracy indywidualnej zalecane są następujące pomoce naukowe, które student ma obowiązek zorganizować we własnym zakresie: notatnik lub laptop do sporządzania notatek. Uczelnia zapewnia dostęp do następujących pomocy naukowych: wydruki materiałów

niezbędnych do realizacji zajęć dydaktycznych, dostęp do biblioteki, fonoteki i wybranych internetowych platform naukowych z literaturą naukową, bezpłatny dostęp do Internetu na terenie kampusu (zgodnie z obowiązującymi na Uczelni procedurami), dostęp do sprzętu audio (odtwarzacz płyt CD – w wybranych salach).

### VIII. Literatura

Literatura podstawowa
Allen J., <i>Imprezy korporacyjne. Jak organizować eventy biznesowe i za ich pomocą stymulować wzrost w firmie</i> , Oficyna Wolters Kluwer, Warszawa 2010
Boksański Z., <i>Tożsamość, interakcja, grupa</i> , Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1989
Goffman E., <i>Człowiek w teatrze życia codziennego</i> , oprac. J. Szacki, PIW, Warszawa 1981
Kostera M., Śliwa M., <i>Zarządzanie w XXI wieku. Jakość-Twórczość- Kultura</i> , Warszawa 2010
Sujak E., <i>ABC psychologii komunikacji</i> , Kraków 2006.
Tracy B., <i>Przedsiębiorczość. Jak założyć i rozwijać własną firmę</i> , Onepress, Gliwice 2021
Marzec K., Trzósło T. <i>Marketing internetowy w Google. Pozycjonowanie, Ads &amp; Analytics dla biznesu, e-commerce, marketerów</i> , Onepress, Gliwice 2022
Literatura uzupełniająca
Doliński D., <i>Psychologiczne mechanizmy reklamy</i> , Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005.
Barska A., Michałowska M., Śnihur J., <i>Reklama wczoraj i dziś</i> , Difin, Warszawa 2016.
Sypek K. - <i>Zarządzanie strategiczne w polskich publicznych szkołach muzycznych</i> , acta universitatis nicolai copernici
Król H., Ludwicyński A. , <i>Zarządzanie zasobami ludzkimi</i> , PWN, Warszawa 2006
Suchar M., <i>Kariera i rozwój zawodowy</i> , Wyd. Ośrodek Doradztwa i Doskonalenia Kadr, Gdańsk 2003
Gertsmann S. (1973), <i>Psychologia na co dzień</i> , Książka i Wiedza, Warszawa
Sułkowski Ł. (2008), <i>Czy warto zajmować się kulturą organizacyjną?</i> , „Zarządzanie Zasobami Ludzkimi”, zzl.ipiss.com