

**I. Dane podstawowe**

Nazwa przedmiotu	Organizacja i promocja wydarzeń muzycznych
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Music events: organization and promotion
Kierunek studiów	Muzykologia
Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie)	II
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. Iwona Sawulska
---	----------------------------------

Forma zajęć	Liczba godzin	semestr	Punkty ECTS
Ćwiczenia	30	III	3

Wymagania wstępne	Zainteresowania współczesną kulturą muzyczną z uwzględnieniem festiwalu, konkursów i innych wydarzeń muzycznych. Ogólna orientacja w działalności instytucji kultury i funkcjonowania rynku muzycznego w Polsce i w Europie. Potrzeba stałego poszerzania i uzupełniania wiedzy kierunkowej.
-------------------	--

**II. Cele kształcenia dla przedmiotu**

Zapoznanie studentów z dziełami bieżącej sztuki muzycznej, eksponowanymi w ostatnich edycjach festiwalu i konkursów i muzycznych imprez masowych oraz innych imprez cyklicznych międzynarodowych – krajowych, zagranicznych oraz lokalnych, będących efektem aktualnych form promowania twórczości muzycznej. Zestawienie najważniejszych imprez w kulturze muzycznej Polski, Europy i świata, orientacja w sposobie ich promowania w aspekcie całościowym oraz wpływie na kulturę ogólną. Poznanie i umiejętność wyboru przydatnych stron internetowych, portali i czasopism w zakresie szeroko pojętej sztuki muzycznej, szeroki dobór źródeł informacji medialnych (serwisy informacyjne, portale, kroniki, dzienniki).
--

**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	Zna możliwości praktycznego wykorzystania specjalistycznej wiedzy muzykologicznej i muzycznej w różnych formach aktywności na współczesnym rynku pracy (w zakresie wybranej specjalności). Posiada uporządkowaną wiedzę szczegółową dotyczącą kierunku aktualnych przemian stylistycznych sceny muzycznej, a także o nowych zjawiskach kultury muzycznej z uwzględnieniem sztuki wysokiej i popkultury.	K_W11
W_02	Student posiada dogłębną wiedzę na temat uwarunkowań współczesnego życia kulturalnego, muzycznego i edukacyjnego w różnych jego przejawach (w zakresie wybranej specjalności). Ma ugruntowaną i uporządkowaną wiedzę ogólną w zakresie zagadnień, dotyczących bieżących wydarzeń muzycznych, w kontekście ogólnych zjawisk kultury.	K_W13
W_03	Ma wiedzę z zakresu planowania, realizacji i doskonalenia własnych działań w profesjonalnej aktywności zawodowej oraz zna sposoby radzenia sobie z wyzwaniem na współczesnym rynku pracy (w zakresie	K_W14

	wybranej specjalności). Student ma ugruntowaną wiedzę o współczesnych formach animacji życia muzycznego, zależnościach pomiędzy twórcami, wykonawcami i odbiorcami oraz dostosowaniu stylu promowania do zmiennych rynkowych.	
W_04	Ma zaawansowaną wiedzę na temat uwarunkowań rynku pracy w branży muzycznej i edukacyjnej warunkującą profesjonalne, rzetelne i etyczne prowadzenie aktywności zawodowej (w zakresie wybranej specjalności).	K_W19
W_05	Zna różne techniki prezentowania i przekazu wiedzy o muzyce z uwzględnieniem etapu muzycznego rozwoju różnych grup odbiorców (w zakresie wybranej specjalności).	K_W20
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>		
U_01	Planuje, przygotowuje i realizuje działania ukierunkowane na przekazywanie wiedzy o muzyce placówkach edukacyjnych lub animowanie życia muzycznego w ośrodkach kultury (w zakresie wybranej specjalności). Posiada umiejętność przeprowadzenia krytycznej analizy i interpretacji współczesnego wydarzenia muzycznego z zastosowaniem typowych metod, w celu określenia jego znaczenia, oddziaływania społecznego, miejsca w procesie historyczno-kulturowym.	K_U12
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>		
K_01	Jest gotowy do przestrzegania zasad etyki zawodowej w pracy w zespołowej, również w warunkach ograniczeń czasowych oraz w podwyższonym stresie.	K_K03
K_02	Wykazuje gotowość do podejmowania działań w zakresie przekazywania wiedzy o muzyce lub animowania życia muzycznego – w roli lidera lub uczestnika działań naukowych, artystycznych lub edukacyjno-wychowawczych (w zakresie wybranej specjalności), jednocześnie kreując własną karierę zawodową.	K_K08

**IV. Opis przedmiotu/ treści programowe**

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cele, potencjał i środki w strategii organizowania wydarzeń muzycznych</li> <li>2. Specyfika organizowania muzycznych imprez masowych - ryzyko a oddźwięk społeczny</li> <li>3. Nowe zjawiska w promowaniu wysokiej kultury muzycznej i popkultury</li> <li>4. Mnogość i różnorodność imprez muzycznych - prezentacja wybranych przykładów: <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Festiwale i konkursy wiolinistyczne w Polsce i na świecie</li> <li>b) Festiwale i konkursy pianistyczne</li> <li>c) Festiwale organowe i ich związki z architekturą sakralną</li> <li>d) Festiwale muzyki dawnej - główne ośrodki w Polsce i na świecie. Specyfika instrumentarium i sztuki towarzyszące</li> <li>e). Festiwale muzyki współczesnej - imprezy powtarzalne czy mało znaczące?</li> </ol> </li> <li>6. Środki masowego przekazu: prasa, radio telewizja i Internet w upowszechnianiu i promowaniu kultury muzycznej</li> <li>7. Współczesny synkretyzm sztuk: związki muzycznych przedsięwzięć z innymi sztukami</li> <li>8. Amatorskie i awangardowe ruchy muzyczne jako odpowiedź na aktualne wydarzenia</li> <li>9. Zasady organizowania konferencji prasowej w kontekście promocji wydarzenia</li> <li>10. Funkcje i konstrukcja imprezy oficjalnej</li> <li>11. Rola i formy i reguły Public Relations</li> <li>12. Możliwości aktywizowania odbiorców w przygotowanie wydarzenia muzycznego</li> <li>13. Dostosowanie form promocji i reklamy wydarzenia do rodzaju i stylu dzieła, zasięgu społecznego, warunków ekonomicznych i postawionych celów</li> <li>14. Sponsoring, mecenat, patronat medialny i ich aspekty</li> <li>15. Wolontariusz w organizacji wydarzenia muzycznego</li> </ol>
---

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

Symbol efektu	Metody dydaktyczne	Metody weryfikacji	Sposoby dokumentacji
<b>WIEDZA</b>			
W_01	Metoda problemowa	Obserwacja	Protokół
W_02	Analiza	Zaliczenie ustne	
W_03	Metoda obserwacji uczestniczącej	Dyskusja	
W_04	Analiza	Zaliczenie ustne	
W_05	Studium przypadku	Zaliczenie ustne	
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>			
U_01	Gra dydaktyczna	Burza mózgów/ Giełda pomysłów	Protokół
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>			
K_01	Praca w grupach w różnych rolach	Obserwacja	Protokół
K_02		Dyskusja	

**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 (prace cząstkowe, referaty, eseje, prezentacje, analizy, itp.). Formę końcowego kolokwium (z odniesieniem do określonych efektów uczenia się) wskazano w punkcie V niniejszej karty przedmiotu (metody weryfikacji). Ocena końcowa jest średnią arytmetyczną oceny uzyskanej na końcowym kolokwium i wszystkich ocen cząstkowych uzyskanych przez studenta na zajęciach.

Ocena bardzo dobra	Osiągnięcie wszystkich założonych w niniejszej karcie efektów uczenia się w stopniu bardzo dobrym (przygotowanie do zajęć w zakresie zadanych ćwiczeń, dokładna i prawidłowa analiza i ocena prezentowanych wydarzeń muzycznych, maksymalne zaangażowanie w pracę podczas zajęć).
Ocena dobra	Osiągnięcie wszystkich założonych w niniejszej karcie efektów uczenia się w stopniu dobrym (przygotowanie do zajęć w zakresie większości zadanych ćwiczeń, prawidłowa analiza i ocena prezentowanych wydarzeń muzycznych, znaczne zaangażowanie w pracę podczas zajęć).
Ocena dostateczna	Osiągnięcie wszystkich założonych w niniejszej karcie efektów uczenia się w stopniu dostatecznym (przygotowanie do zajęć w zakresie 60% zadanych ćwiczeń, wystarczająca analiza i ocena prezentowanych wydarzeń muzycznych, minimalne zaangażowanie w pracę podczas zajęć).
Ocena niedostateczna	Niezrealizowanie założonych w niniejszej karcie efektów uczenia się (przygotowanie do zajęć w zakresie mniejszym niż 60% zadanych ćwiczeń, powolna analiza i ocena prezentowanych wydarzeń muzycznych, mierne zaangażowanie w pracę podczas zajęć).

**VII. Obciążenie pracą studenta**

Forma aktywności studenta	Liczba godzin
Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem	30
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	60

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
Sławomir Czarnecki - Nowa widownia. O promocji w kulturze., wyd. II, Warszawa 2016
A.J. Kukuła - Współczesne uwarunkowania promocji i reklamy, wyd. Difin, 2012
K. Grzybczyk - Skradziona kultura, wyd. Wolters Kluwer, 2021
A. Podczaska, K. Kujawska-Krakowiak (red.), Sponsoring kultury i sztuki w praktyce, Warszawa, 2007
A. Sznajder - Euromarketing. Uwarunkowania na rynku Unii Europejskiej, PWN, Warszawa, 1999
L. Garbarski - Marketing. Koncepcja skutecznych działań, wyd. PWE, 2011
A. Murdoch - Język Public Relations - jak promować firmę, wyd. Poltext, Warszawa 2000
J. Ciechowicz – Współczesne formy teatru muzycznego (na świecie, w Polsce, w Gdyni), Wyd. Uniwersytetu Gdańskiego, 2009
Twoja Muza - wyd. Twoje Zdrowie Sp. z o.o. Warszawa
Ruch Muzyczny - wyd. Instytut Książki w Krakowie
ArtPost - wyd.ArtPost, Sosnowiec
MEAKULTURA - <a href="http://www.fundacjameakultura.pl">www.fundacjameakultura.pl</a>
Portal Narodowego Centrum Kultury <a href="http://www.nck.pl">www.nck.pl</a>
Literatura uzupełniająca
J. Koralewicz, M. Ziółkowski - Mentalność Polaków. Sposoby myślenia o polityce, gospodarce i życiu społecznym, Collegium Civitas Press, Warszawa, 2003
A. Gregory - Public Relations w praktyce, Wyd. Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1996
Proscenium - wyd. Warsztaty Kultury Lublin
Polskie Centrum Informacji Muzycznej - <a href="http://www.polmic.pl">www.polmic.pl</a>