

**KARTA PRZEDMIOTU****I. Dane podstawowe**

Nazwa przedmiotu	Nowa kultura: Animacja i promocja wydarzeń (blog, panel, wywiad, wystawa)
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	New culture: Animation and promotion of events (blog, panel, interview, exhibition)
Kierunek studiów	filologia polska
Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie)	I stopień, licencjackie
Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne)	stacjonarne
Dyscyplina	literaturoznawstwo
Język wykładowy	polski

Koordinator przedmiotu/osoba odpowiedzialna	Prof. dr hab. Małgorzata Łukaszuk-Piekara/ dr Monika Szabłowska-Zaremba
---	--

Forma zajęć( <i>katalog zamknięty ze słownika</i> )	Liczba godzin	semestr	Punkty ECTS
wykład			1
konwersatorium			
ćwiczenia			
laboratorium			
warsztaty	15	IV	
seminarium			
proseminarium			
lektorat			
praktyki			
zajęcia terenowe			
pracownia dyplomowa			
translatorium			
wizyta studyjna			

Wymagania wstępne	zgodne z profilem studiów I stopnia filologii polskiej w zakresie specjalizacji krytyka literacka i artystyczna; pogłębione zainteresowania indywidualne
-------------------	--

**II. Cele kształcenia dla przedmiotu**

C1. Student zna podstawowe pojęcia związane z animacją i promocją kultury.
C2. Student potrafi korzystać z narzędzi służących promowaniu kultury.
C3. Wskazanie na potrzebę świadomego uczestnictwa we współczesnej kulturze.

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

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>		
U_01	Student potrafi posługiwać się narzędziami przynależnymi komunikacji tradycyjnej i nowoczesnej (nowe media i social media), umiejętnie łączyć wiedzę z różnych przestrzeni życia kulturalnego.	K_U13
U_02	Student potrafi korzystać z posiadanej wiedzy dotyczącej komunikacji społecznej i zarządzania kulturą na rzecz rozwoju osobistego i zawodowego.	K_U16
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>		
K_01	Student potrafi świadomie zastosować wiedzę z promocji kultury i jej animacji w celu tworzenia dobrej promocji wydarzeń kulturalnych.	K_K04
K_02	Student jest gotów do samodzielnego działania w sposób przedsiębiorczy zgodnie z zakresem wiedzy i umiejętności studenta i absolwenta studiów filologicznych	K_K05

**IV. Opis przedmiotu/ treści programowe**

1. Czym jest animacja kultury?
2. Rola promocji życia kulturalnego.
3. Narzędzia promocji kultury.
4. Promocja tradycyjna [wystawa, wywiad event].
4. Nowe media w służbie promocji kultury
5. Kampania reklamowa
6. Strategie kampanijne.

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

Symbol efektu	Metody dydaktyczne (lista wyboru)	Metody weryfikacji (lista wyboru)	Sposoby dokumentacji (lista wyboru)
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>			
U_01 U_02	Metoda projektu	prezentacja multimedialna	Karta oceny prezentacji
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>			
K_01 K_02	Metoda problemowa PBL (Problem-Based Learning)	obserwacja	Karta pracy w grupie

**VI. Kryteria oceny, uwagi...**

70% karta prezentacji (z oceną co najmniej na pozytywną)

30% karta pracy w grupie (oceniona co najmniej na ocenę pozytywną)

**VII. Obciążenie pracą studenta**

Forma aktywności studenta	Liczba godzin
Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem	<b>15</b>
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	<b>15</b>

**VIII. Literatura**

Literatura podstawowa
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Barbara Jedlewska, <i>Marketing w działalności podmiotów kultury – aktualne wyzwania, problemy i doświadczenia</i>, "Zarządzanie w kulturze" 2006, nr 7, s. 95-105.</li> <li>2. Krzysztof Kaleta, <i>Marketing kultury i jego specyfika</i>, „Marketing i Rynek” 2003, nr 10, s. 14-20.</li> <li>3. Agata Niemczyk, <i>Marketing w sferze kultury. Wybrane problemy</i>, Kraków 2007.</li> <li>4. Joanna Wrycza-Bekier, <i>Jak zapowiadać wydarzenia kulturalne w Internecie, by przyciągnąć i zaangażować odbiorców. Webriting w kulturze</i>, Warszawa 2016.</li> <li>5. <i>Wirtualne targowisko. O reklamie, marketingu i promowaniu się w Internecie</i>, t. 3, red. Kinga Cybulska, Marta Jarosz, Paweł Maciaszek, Warszawa 2017.</li> </ol>
Literatura uzupełniająca
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tomasz Reich, <i>Jak dbać o wizerunek w mediach społecznościowych</i>, Lublin 2016.</li> <li>2. Sławomir Czarnecki, <i>Nowa widownia : o promocji w kulturze</i>, Warszawa 2015.</li> <li>3. <i>Kultura na rynku. Wybrane zagadnienia z zarządzania, marketingu i ekonomiki w sferze kultury</i>, red. Łukasz Burkiewicz, Jarosław Kucharski, Kraków 2017.</li> <li>4. Wybrane artykuły z czasopisma „Marketing w praktyce”.</li> </ol>