



Nazwa przedmiotu: Podstawy menedżmentu		
Jednostka prowadząca przedmiot: Wydział Twórczości, Interpretacji, Edukacji i Produkcji Muzycznej		Rok akademicki: 2021/2022
Kierunek: wszystkie kierunki		Specjalność: wszystkie specjalności
Forma studiów: stacjonarne	Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Status przedmiotu: fakultet humanistyczny i społeczny
Rodzaj studiów: studia drugiego stopnia	Forma zajęć: wykład, zajęcia zbiorowe	Język przedmiotu: polski
Koordinator przedmiotu	mgr Grzegorz Przygocki	
Prowadzący zajęcia	mgr Grzegorz Przygocki	
Cele przedmiotu	Poznanie i zrozumienie zasad działania przemysłu muzycznego w skali globalnej.	
Wymagania wstępne	Wiedza nabyta na studiach pierwszego stopnia (poziom 6 PRK).	
Kategorie efektów	EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU	Numer efektu kier./spec.
Wiedza	Absolwent zna i rozumie zasady techniczne i estetyczne niezbędne do formułowania i rozwiązywania złożonych zagadnień w zakresie pracy nad dziełem muzycznym, jego wykonaniem i publikacją.	7WG_1
	Absolwent zna i rozumie istotę i specyfikę obecności muzyki w przestrzeni publicznej oraz związane z tym zagadnienia artystyczne i organizacyjne.	7WG_2
	Prawne i ekonomiczne uwarunkowania planowania i organizacji produkcji muzycznych.	7WG_11
	Absolwent zna i rozumie w pogłębiony sposób specyfikę marketingowych aspektów produkcji muzycznej.	7WG_11
Umiejętności	Absolwent potrafi swobodnie kształtować i tworzyć prezentacje oraz rozwiązywać złożone problemy i innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach.	7UW_3
	Absolwent potrafi pracować nad ciągłym rozwojem osobistym oraz rozwojem kompetencji zawodowych.	7UU_1
	Absolwent potrafi stymulować rozwój kariery artysty.	7UU_2
	Absolwent potrafi samodzielnie planować i organizować pracę własną.	7UO_1
	Absolwent potrafi zaplanować pracę zespołową i zarządzać nią w ramach wspólnych projektów artystycznych.	7UO_2
	Absolwent potrafi stworzyć strategię rozwoju przedsięwzięcia muzycznego oraz instytucji kultury.	7UO_3
Kompetencje społeczne	Absolwent jest gotów do świadomego wykorzystania zdobytej wiedzy i doświadczeń w różnorodnych formach aktywności zawodowej oraz dostosowywania się do rynku pracy.	7KR_1
	Absolwent jest gotów do konstruktywnej krytyki w zakresie oceny odbieranych treści i posiadanej wiedzy.	7KK_1
	Absolwent jest gotów do podjęcia refleksji na temat społecznych, naukowych i etycznych aspektów związanych z własną pracą producencką i menedżerską oraz jej etosem.	7KR_3
	Absolwent jest gotów do efektywnego komunikowania się i inicjowania działań w społeczeństwie.	7KR_4

TREŚCI PROGRAMOWE PRZEDMIOTU		Liczba godzin
semestr I		
Definicja przemysłu muzycznego i jego rola w promocji artystów. Źródła dochodów w przemyśle muzycznym.		2
Historia przemysłu muzycznego do czasów prehistorycznych poprzez zapisy nutowe, pierwsze płatne koncerty, nagrania aż do cyfrowych nośników w czasach dzisiejszych.		3
Struktura przemysłu muzycznego oraz jej zmiany. Koncerty, nagrania, wytwórnie płytowe, dystrybucja, marketing, nowe technologie.		4
7 filarów przemysłu muzycznego z detalicznym omówieniem: finanse, unikalność/specyfika, brak stałych reguł, podatność na zmiany/dynamika, otwartość/tolerancja, globalny zasięg, element sławy.		8
Język angielski jako „lingua franca” branży muzycznej.		2
Marketing i promocje.		4
Sztuka negocjacji – przygotowanie, strategia.		3
Organizacja koncertów – pomysł, przygotowanie, realizacja.		4
semestr II		
Zmiany w przemyśle muzycznym: jak się do nich przygotować, zrozumieć, wykorzystać.		3
Przygotowywanie prezentacji: „elevator pitch” oraz indywidualne projekty.		7
Poznanie i zrozumienie specyfiki rynków muzycznych poszczególnych regionów.		5
Metody kształcenia	wykład / prezentacja / przedstawianie własnych projektów / dyskusja	
Warunki zaliczenia	<p>Nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia efektów uczenia się <i>1 pkt ECTS = 30 godzin pracy studenta (zajęcia + praca własna)</i></p> <p>Semestr 1 Zaliczenie na podstawie aktywności w ramach zajęć oraz prezentacji indywidualnego projektu – ocenie podlegają: pomysł, cel, przygotowanie i opracowanie (detale), opis realizacji i potencjalnych osiągnięć, sposób prezentacji.</p> <p>Semestr 2 Zaliczenie na podstawie realizacji dwóch zadań: 1/ przygotowanie i prezentacja „elevator pitch”; 2/ przygotowanie i prezentacja przygotowanego zespołowo projektu dotyczącego organizacji koncertu bądź tournée koncertowego – ocenie podlegają: pomysł, repertuar, opracowanie sceniczne, uzyskanie praw, scenografia, budżet, logistyka.</p>	
Rok	realizacja na dowolnym roku	
Semestr	I	II
ECTS	3	3
Ogólna liczba godzin	30	15
Rodzaj zaliczenia	Zs	Zs
Literatura podstawowa		
Krasilovsky M.W., Shemel S., <i>This Business of Music</i> , Billboard Books, New York 2000. Passman D. S., <i>All You Need to Know About the Music Business</i> , Free Press, New York 2012. Weissman D., <i>The Music Business</i> , The Rivers Press, New York 1997.		
Literatura uzupełniająca		
Underhill P., <i>The Science of Shopping</i> , The Touchstone Book/Simon and Schuster, New York/Toronto 1999. <i>Billboard</i> – magazyn, newsletters <i>Thee Rolling Stone</i> – magazyn <i>The Guardian</i> – gazeta (wersja internetowa), sekcja muzyczna <i>The New York Times</i> – gazeta (wersja cyfrowa), sekcja muzyczna Filmy muzyczne: <i>Spinal Tap</i> , <i>Woodstock</i> , <i>The Blues Brothers</i> i inne.		
Ostatnia modyfikacja opisu przedmiotu		
Data	Imię i nazwisko	Czego dotyczy modyfikacja
20.12.2021	mgr Grzegorz Przygocki	Dostosowanie do nowego formularza opisu przedmiotu.

Sposoby realizacji i weryfikacji efektów uczenia się zostały dopasowane do sytuacji epidemiologicznej wewnątrznymi aktami prawnymi Uczelni.