



Nazwa przedmiotu: <b>PRODUCENT – ARTYSTA. KONTAKT I WSPÓLPRACA</b>		
Jednostka prowadząca przedmiot: <b>Wydział Twórczości, Interpretacji, Edukacji i Produkcji Muzycznej</b>		Rok akademicki: <b>2021/2022</b>
Kierunek: <b>Muzyka w mediach i produkcja muzyczna</b>	Specjalność: <b>Zarządzanie produkcją muzyczną</b>	
Forma studiów: <b>stacjonarne</b>	Profil kształcenia: <b>ogólnoakademicki</b>	Status przedmiotu: <b>moduł specjalistyczny</b>
Rodzaj studiów: <b>pierwszego stopnia</b>	Forma zajęć: <b>zajęcia zbiorowe, wykład</b>	Język przedmiotu: <b>polski</b>
Koordynator przedmiotu	mgr Robert Kamyk	
Prowadzący zajęcia	mgr Robert Kamyk	
Cele przedmiotu	Zaznajomienie studentów z różnymi wariantami współpracy pomiędzy producentem a artystą oraz nabycie umiejętności rozwijania projektów, które jak najlepiej wykorzystują potencjał artysty.	
Wymagania wstępne	Wiedza nabyta na poziomie szkoły średniej (poziom 4-5 PRK) oraz podstawowe umiejętności związane z kontaktami interpersonalnymi i współpracą z artystami.	
<b>Kategorie efektów</b>	<b>EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU</b>	Numer efektu kier./spec.
Wiedza	Absolwent zna i rozumie powiązania wiedzy z zakresu różnych dziedzin nauki i sztuki w realizacjach artystycznych.	6WG_6
	Absolwent zna i rozumie uwarunkowania prawne, finansowe i organizacyjne wydarzeń muzycznych.	6WG_10
	Absolwent zna i rozumie zagadnienia z zakresu promocji i marketingu oraz prawa autorskiego w odniesieniu do kultury muzycznej.	6WG_11
	Absolwent zna i rozumie podstawy działalności biznesowej w kontekście organizacji produkcji muzycznej.	6WG_13
Umiejętności	Absolwent potrafi opracować koncepcję artystyczną potrzebną do przygotowania procesu produkcji muzycznej i organizacji wydarzeń muzycznych.	6UW_2
	Absolwent potrafi używać środków technicznych i artystycznych do tworzenia projektów zgodnie z ich specyfiką.	6UW_3
	Absolwent potrafi planować i organizować różnego rodzaju działania artystyczne.	6UW_4
	Absolwent potrafi koordynować projekty artystyczne.	6UW_5
	Absolwent potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę i umiejętności do rozwiązywania problemów poprzez analizę informacji i właściwy dobór metod i narzędzi.	6UW_6
	Absolwent potrafi samodzielnie planować i realizować własny rozwój osobisty i zawodowy.	6UU_1
	Absolwent potrafi zarządzać projektem, czasem pracy i zespołem.	6UO_1
	Absolwent potrafi formułować polecenia w sposób czytelny i konkretny.	6UO_2
	Absolwent potrafi komunikować się z użyciem specjalistycznej terminologii.	6UK_3
	Absolwent potrafi prezentować publicznie własne dokonania zgodnie z zasadami autoprezentacji.	6UK_4
Absolwent potrafi stosować formy zachowań zgodne z zasadami dotyczącymi występów publicznych.	6UK_5	

Kompetencje społeczne	Absolwent jest gotów do samodzielnego podejmowania niezależnych prac, wykazując się umiejętnością zbierania, analizowania i interpretowania informacji, rozwijania idei i formułowania krytycznej argumentacji.		6KR_1				
	Absolwent jest gotów do planowania i konsekwentnego realizowania założonych celów.		6KR_2				
	Absolwent jest gotów do efektywnego wykorzystania wyobraźni, intuicji, zdolności twórczego myślenia i twórczej pracy w trakcie rozwiązywania problemów.		6KK_1				
	Absolwent jest gotów do elastycznego myślenia, adoptowania się do nowych i zmieniających się okoliczności oraz kontrolowania swoich zachowań.		6KK_2				
	Absolwent jest gotów do samooceny i konstruktywnej krytyki w stosunku do działań innych osób		6KK_3				
	Absolwent jest gotów do efektywnego komunikowania się i inicjowania działań w społeczeństwie.		6KO_1				
	Absolwent jest gotów do prezentowania zadań w przystępnej formie, również z zastosowaniem technologii informacyjnych.		6KO_2				
	Absolwent jest gotów do myślenia w sposób racjonalny i przedsiębiorczy oraz samodzielnego podejmowania decyzji.		6KO_3				
	Absolwent jest gotów do przestrzegania zasad etyki zawodowej i podejmowania refleksji na temat różnorodnych aspektów związanych z pracą.		6KR_4				
	Absolwent jest gotów do zarządzania i współpracy podczas realizacji projektów artystycznych.		6KR_5				
<b>TREŚCI PROGRAMOWE PRZEDMIOTU</b>						Liczba godzin	
<b>Rok I, semestr I</b>							
Budowanie marki muzyka (artysty), rozwijanie umiejętności lidera w celu jak najlepszej współpracy z artystą, rozwijanie umiejętności komunikacyjnych i występów publicznych.					30		
<b>Rok I, semestr II</b>							
Analiza zróżnicowanych projektów muzycznych pod kątem metod współpracy z artystą, kreowanie wydarzeń muzycznych z uwzględnieniem różnych przykładów osobowości artystycznych.					30		
<b>Rok II, semestr III</b>							
Omówienie muzycznych form audiowizualnych pod kątem współpracy z muzykami.					30		
<b>Rok II, semestr IV</b>							
Omówienie dodatkowych działań producenta w ramach organizacji projektów artystycznych – w tym prowadzenie koncertu, wywiad z artystą, wykorzystywanie nowoczesnych metod przyciągnięcia uwagi odbiorców.					30		
Metody kształcenia		wykład / dyskusja / warsztaty					
<b>Warunki zaliczenia</b>		<b>Nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia efektów uczenia się</b> <i>1 pkt ECTS = 30 godzin pracy studenta (zajęcia + praca własna)</i> Studenci na zaliczenie I semestru (I rok) prezentują swoje podstawowe umiejętności dotyczące wyrażania się publicznie i mają wykazać skuteczność w dotarciu ze swoim przekazem do odbiorcy (prezentacja na wybrany temat), na zaliczenie II semestru (I rok) – przedstawiają wybrany projekt muzyczny pod kątem skutecznego dotarcia do odbiorców. Zaliczenie III semestru (II rok) to prezentacja autorskiej formy audiowizualnej i związanych z nią zasad współpracy z artystami. Zaliczenie IV semestru (II rok) to koncepcja artystyczna autorskiego projektu, z uwzględnieniem współpracy z artystami.					
Rok		I		II		III	
Semestr		I	II	III	IV	V	VI
ECTS		3	3	3	3		
Ogólna liczba godzin		30	30	30	30		
Rodzaj zaliczenia		Zs	Zs	Zs	Zs		

### Literatura podstawowa

Csikszentmihalyi M., *Flow: The Psychology of Optimal Experience*, Nowy York 2008.

Joseph S., *Autentyczność*, Wydawnictwo Rebis 2017.

Molina J., *Artistic DNA: a 5 step guide to start creating a successful career in music*, CreateSpace Independent Publishing Platform 2016.

Schawbel D., *Personal branding 2.0. Cztery kroki do zbudowania osobistej marki*, One Press, Gliwice 2012.

Wala H. H., *Moja Marka*, Warszawa 2014.

### Literatura uzupełniająca

Orłoś M., *Jak występować i zabłysnąć*, Wydawnictwo RM 2015.

Tolle E., *Potęga terażniejszości*, Wydawnictwo Galaktyka 2003.

### Ostatnia modyfikacja opisu przedmiotu

Data	Imię i nazwisko	Czego dotyczy modyfikacja
20.12.2021	mgr Rober Kamyk	Dostosowanie do nowego formularza opisu przedmiotu.

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