

Kod przedmiotu

Kierunek

Wokalistyka

Specjalność

Wokalno-aktorska

Typ przedmiotu

Podstawowy

Wymagania wstępne

Brak wymagań

Wymagania końcowe:

- Przygotowanie prezentacji na wybrany temat wykorzystaniem narzędzi multimedialnych,
- kolokwium zaliczeniowe (test, pytania problemowe) – minimum 51% poprawnych odpowiedzi.

Cele kształcenia

Celem zajęć jest przedstawienie narzędzi marketingu-mix, różnorodnych instrumentów oraz form komunikacji (w tym z wykorzystaniem internetu) oraz sposoby ich praktycznego wykorzystania w zawodzie muzyka. Ponadto zagadnienia poruszane na zajęciach mają wykształcić wśród studentów umiejętności marketingowego spojrzenia na funkcjonowanie jednostki oraz organizacji w otoczeniu rynkowym.

Treści programowe nauczania

1. Podstawowe zagadnienia związane z marketingiem
 - a) Rola marketingu w organizacjach i społeczeństwie
 - b) Budowanie zadowolenia klienta
 - c) Instrumenty marketingu-mix w budowaniu pozycji konkurencyjnej
2. Budowanie własnej tożsamości w Internecie
 - a) Własna strona internetowa – cele, zasady tworzenia oraz prowadzenie
 - b) Blogi i mikroblogi jako platforma komunikacji z otoczeniem.
 - c) Portale społecznościowe jako narzędzie autopromocji muzyka
3. Komunikacja z otoczeniem biznesowym
 - a) Zasady pisania e-maili
 - b) Przygotowanie własnego CV i listu motywacyjnego dla potencjalnego pracodawcy
 - c) Przygotowanie wystąpień publicznych z wykorzystaniem narzędzi multimedialnych

Efekty kształcenia (uczenia się) po ukończeniu przedmiotu

- w zakresie wiedzy

- Posiada wiedzę umożliwiającą pozyskiwanie materiałów źródłowych (książki, filmy, nagrania CD, internet), ich wybór i interpretowanie we właściwy sposób (K1_W11).
- Posiada wiedzę ogólną dotyczącą marketingowych, finansowych i prawnych aspektów zawodu aktora-śpiewaka (K1_W13).

- w zakresie umiejętności

- Potrafi formułować polecenia w sposób czytelny i konkretny, posiada umiejętność przygotowania typowych prac pisemnych i wystąpień ustnych, dotyczących zagadnień szczegółowych związanych z kierunkiem studiów i specjalnością (K1_U18).
- Posiada umiejętność do swobodnej pisemnej i ustnej wypowiedzi na tematy ogólnohumanistyczne (K1_U20).

- w zakresie kompetencji społecznych

- Jest zdolny do definiowania własnych sądów na tematy społeczne, kulturowe i etyczne w kontekście własnej pracy artystycznej (K1_K05).
- W sposób świadomy i profesjonalny umie zaprezentować własną działalność artystyczną (K1_K09).
- Potrafi posługiwać się technologiami informatycznymi w celu przygotowania: prezentacji multimedialnej oraz własnej strony internetowej (K1_K11).

Metody nauczania

Prezentacje multimedialne, dyskusje, studia przypadków, zadania i ćwiczenia.

Nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia efektów uczenia się

ROK	I		II		III	
SEMESTR	1	2	3	4	5	6
Punkty ECTS		1				
Ilość godzin w semestrze		15				
Rodzaj zaliczenia		zal				
LEGENDA	zal – zaliczony; zs – zaliczenie ze stopniem; egz – egzamin; ed – egzamin dyplomowy					

Kryteria oceny

Zaliczenie bez stopnia (sprawdzenie założonych efektów kształcenia):

- Przygotowanie rozwiązania studium przypadku z zakresu marketingu-mix.
- Przygotowanie prezentacji na wybrany temat wykorzystaniem narzędzi multimedialnych.
- Kolokwium zaliczeniowe (test, pytania problemowe).

Literatura (piśmiennictwo)

Armstrong G., Kotler Ph., *Marketing. Wprowadzenie*, Wolters Kluwer, Warszawa 2012.

Łebkowski M., *E-wizerunek. Internet jako narzędzie kreowania image'u w biznesie*, Helion, Gliwice 2009.

Mazurek G., *Promocja w Internecie – narzędzia, zarządzanie, praktyka*, Ośrodek Doradztwa i Doskonalenia Kadr, Gdańsk 2008.

Język wykładowy

Polski

Imię i nazwisko wykładowcy

mgr Mariusz Woźniakowski