

## **STUDIA DRUGIEGO STOPNIA**

### **Komunikacja społeczna i organizacja imprez**

#### **Kod przedmiotu**

#### **Kierunek**

Wszystkie

#### **Specjalność**

Wszystkie

#### **Typ przedmiotu**

Fakultet ogólny

#### **Wymagania wstępne**

#### **Wymagania końcowe**

#### **Cele kształcenia**

Zapoznanie Studentów z zasadami organizacji przedsięwzięć artystycznych (konkursów, quizów itp.); z technikami kształtowania opinii publicznej i narzędziami kształtowania wizerunku instytucji artystycznej.

#### **Treści programowe nauczania**

Istota komunikacji. Komunikacja społeczna. Etapy budowania skutecznej komunikacji. Kanały komunikacji. Wizerunek rynkowy artysty, przedsięwzięcia artystycznego. Instrumenty budowania i umacniania wizerunku rynkowego. Przemówienia okolicznościowe. Wygłaszanie przemówień. Kształtowanie opinii publicznej. Organizacja przedsięwzięcia artystycznego. Zaprojektowanie działań dla potrzeb organizacji imprezy. Wzory pism handlowych. Przygotowanie pisma dla potrzeb konkretnego przedsięwzięcia artystycznego. Prawo autorskie a rozpowszechnianie dóbr kultury.

#### **Efekty kształcenia po ukończeniu przedmiotu**

#### **Metody nauczania**

Wykład

#### **Nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia efektów uczenia się**

<b>ROK</b>	<b>Na dowolnym roku</b>	
<b>SEMESTR</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>Punkty ECTS</b>	<b>2</b>	
<b>Ilość godzin w semestrze</b>	<b>30</b>	
<b>Rodzaj zaliczenia</b>	<b>zs</b>	
<b>LEGENDA</b>	<b>zal – zaliczony; zs – zaliczenie ze stopniem; egz – egzamin; ed – egzamin dyplomowy</b>	

**Kryteria oceny**

Zaliczenie na podstawie dwóch pisemnych prac złożonych w trakcie semestru - 60% oceny i aktywności na zajęciach - 40%.

**Literatura**

Adair *Komunikacja. Najważniejsze narzędzie zarządzania*, Studio EMKA, Warszawa 2000.

A. Flower *Jak skutecznie negocjować*, Petit, Warszawa 1997.

Ustawa Prawo autorskie Dz.U. nr 80, poz. 904 z 2000 z późn.zm.

**Język wykładowy**

Polski

**Imię i nazwisko wykładowcy**

dr Agnieszka Bukowska-Piestrzyńska