Akademia Muzyczna im. Stanisława Moniuszki w Gdańsku

Wydział Jazzu i Muzyki Rozrywkowej

SYLABUS PRZEDMIOTU DO PLANU STUDIÓW OBOWIĄZUJĄCEGO OD ROKU AKADEMICKIEGO 2026/2027

NAZWA PRZEDMIOTU	Przedsiębiorczość artystyczna
KIERUNEK	Jazz i muzyka estradowa
SPECJALNOŚĆ	Kompozycja i aranżacja
POZIOM STUDIÓW	Studia II stopnia - magisterskie
TRYB ZAJĘĆ	Do wyboru
ZAJĘCIA	ćwiczenia; zbiorowe
SUMA SEMESTRÓW	10 godzin; 1 ECTS

OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

mgr Marta Szadowiak

ZAŁOŻENIA CELE ORAZ CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

Kurs przedsiębiorczości dla studentów i studentek, mający na celu zaznajomienie uczestników i uczestniczki z realiami rynku pracy z kulturze. Spotkania z ekspertami i ekspertkami, przedstawiane case studies mają pomóc w odnalezieniu odpowiedzi na nurtujące pytania, aby w efekcie stworzyć strategię rozwojową dla samego/samej siebie.

WYMAGANIA WSTĘPNE I DODATKOWE

Przyjęcie na studia I stopnia na Kierunku Jazz i Muzyka Estradowa

ZALECANE FAKULTATYWNE KOMPONENTY PRZEDMIOTU
Prawo autorskie
BIBLIOGRAFIA PODSTAWOWA
Igor Gałązkiewicz "Art branding" Julia Cameron "Droga artysty" Joanna Malinowska-Parzydło "Jesteś marką. Jak odnieść sukces i pozostać sobą"
BIBLIOGRAFIA DODATKOWA
Podcasty Instytutu Organizacji Kultury, Konik Kreatywny, Publikacje Kreatywnej Europy
EFEKTY UCZENIA SIĘ
P7K_03: Student jest przygotowany do samodzielnego organizowania projektów artystycznych, rozumiejąc aspekty prawne, marketingowe i finansowe związane z działalnością artystyczną.

ORGANIZACJA ZAJĘĆ I UWAGI			
Do wyboru. Grupa I (Przedmioty specjalistyczne)			
Semestr studiów	Godziny	ECTS	Forma zaliczenia
II	10	1	zaliczenie z oceną

Semestr przedmiotu	1	Semestr realizacji w toku studiów	II
Wymiar godzin	10	Punkty ECTS	1
Rodzaj zajęć	ćwiczenia	Sposób zaliczenia	ZO - zaliczenie z oceną

TREŚCI PROGRAMOWE WRAZ Z OPISEM EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Budowanie swojej marki jako artysty
Funkcjonowanie w środowisku artystycznym
Funkcjonowanie jako jednostka na rynku pracy
Umowy cywilno-prawne

METODY DYDAKTYCZNE

Wykład, dyskujsja, analiza i praca na case studies.

WARUNKI ZALICZENIA ORAZ METODY I KRYTERIA OCENIANIA

Napisanie i przedstawienie strategii rozwoju własnej marki osobistej.