

Wydział Dyrygentury, Kompozycji i Teorii Muzyki

**SYLABUS PRZEDMIOTU DO PLANU STUDIÓW
OBOWIĄZUJĄCEGO OD ROKU AKADEMICKIEGO 2024/2025**

NAZWA PRZEDMIOTU	Marka artysty: rozwój kariery i przedsiębiorczości artystycznej
KIERUNEK <i>właściwe podkreślić</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● dyrygentura ● kompozycja i teoria muzyki ● <u>muzyka i media</u>
SPECJALNOŚĆ <i>właściwe podkreślić</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● dyrygentura symfoniczno-operowa ● kompozycja ● teoria muzyki ● <u>muzyka w komunikacji medialnej</u> (obowiązkowo)
POZIOM STUDIÓW <i>właściwe podkreślić</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● licencjackie ● <u>magisterskie</u>
OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT:	
mgr Anna Proszowska-Sala	
ZAŁOŻENIA, CELE ORAZ CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU:	
<p>Celem przedmiotu jest <i>inspirowanie i wyzwalamie potencjału kreatywnego</i>, a także <i>wsparcie merytoryczne twórców, artystów i przedsiębiorców artystycznych w budowaniu sprawnie działającej przestrzeni zawodowej oraz kreowaniu nowych perspektyw</i>.</p> <p>Program obejmuje zagadnienia związane z <i>koncepcją budowania marki artystycznej jako strategii wyróżnienia się i budowania spójnego wizerunku oraz znalezienia miejsca dla siebie na bardzo konkurencyjnym rynku</i>.</p> <p>Program będzie również obejmował zagadnienia przywództwa w dziedzinie sztuki oraz przedsiębiorczości artystycznej jako <i>dominującego sposobu na budowanie satysfakcjonującego życia artystycznego</i>.</p>	
WYMAGANIA WSTĘPNE I DODATKOWE:	
<p>Kluczowym wymaganiem jest zaangażowanie uczestnika, postawa otwartości i ciekawości wobec otaczającego świata, w tym otwartości na podważenie dotychczasowych schematów i poszerzenie dotychczasowej perspektywy myślenia, gotowość na pracy własnej, postawa wysokiego zaangażowania osobistego</p> <p>Dzisiaj rynek nie tyle potrzebuje więcej wirtuozów, co zorientowanych w świecie ludzi, którzy będą w stanie mieć na ten świat wpływ. Rozumienie, że muzyka i sztuka nie jest celem samym w sobie, nie jest też endemiczną wyspą – lecz częścią świata jest kluczowe.</p>	
ZALECANE FAKULTATYWNE KOMPONENTY PRZEDMIOTU:	

BIBLIOGRAFIA PODSTAWOWA:	
1. Stanisław Trzciński – „Zarażeni dźwiękiem”	
BIBLIOGRAFIA UZUPEŁNIAJĄCA:	
1. Joanna Malinowska-Parzydło – „Jesteś marką. Jak odnieść sukces i pozostać sobą”	

2. Aubrey Bergauer – „Run it like a Business”
3. Romasund Stone Zander, Benjamin Zander – „The Art of Possibility”
4. Timothy Clark, Alexander Osterwalder, Yves Pigneur – „Model biznesowy TY”
5. Simon Sinek – „Zacznij od Dlaczego”
6. Simon Sinek „Znajdź swoje Dlaczego”
7. Adam Grzegorz, Tomasz Kopeć „Z talentem do gwiazd”
8. Stephen R. Covey – „7 nawyków skutecznego działania”
9. Julia Cameron – „Droga Artysty”
10. Brian Tracy – „Zmień myślenie a zmienisz swoje życie”
11. Brian Tracy – „Zarządzanie czasem”
12. Rick Carson – „Poskramianie swojego gremlina”
13. Tom Peters – „Radykalny humanizm”

EFEKTY UCZENIA SIĘ – WIEDZA:

- Posiada wiedzę z zakresu tego, czym jest marka osobista oraz zna i rozumie związane z nią pojęcia takie jak: branding, obietnica marki osobistej; tożsamość marki osobistej;
- Posiada wiedzę dotyczącą zasad rynkowych, podmiotów na nim działających
- Posiada podstawową wiedzę z zakresu możliwości zastosowania nowoczesnych narzędzi komunikacji marketingowej – w kontekście promocji własnej działalności zawodowej
- Posiada wiedzę w zakresie metod zarządzania sobą w czasie, ze szczególnym uwzględnieniem najbardziej nowoczesnej i zrównoważonej metody zarządzania sobą w czasie wg. Stephena Covey’a
- Posiada zasadniczą wiedzę związaną z budowaniem relacji i współpracy z klientami – tym samym zasadami nowoczesnej sprzedaży – tak w odniesieniu do działalności artystycznej jak i dydaktycznej
- Posiada zasadniczą wiedzę związaną z planowaniem i realizacją strategii promocyjnej w odniesieniu do działalności artystycznej i dydaktycznej
- Rozumie czym jest oferta i jaka ogromne ma znaczenie jej posiadanie
- Rozumie, kim jest klient i jak o nim myśleć
- Rozumie czym jest rozwój kariery i rozumie mechanizmy, które wpływają na jej dynamikę

EFEKTY UCZENIA SIĘ – UMIEJĘTNOŚCI:

- Potrafi zaprojektować własną wizję rozwoju siebie, ustalać priorytety strategiczne, mierniki efektywności swoich działań oraz rozumie znaczenie brania odpowiedzialności za realizację własnych planów zawodowych
- Potrafi świadomie zdefiniować własne standardy pracy ze swoimi klientami, określić, kto jest w każdym wypadku najważniejszym odbiorcą jego usług
- Przećwiczy sposoby formułowania własnego spektrum usług, bez względu na formę działalności zawodowej jaką prowadzi, w tym przede wszystkim definiowania wartości tego co robi, tym samym właściwie je wyceniać
- Potrafi przygotować plan realizacji oraz harmonogram złożonego, wieloelementowego projektu eventowego lub dydaktycznego

EFEKTY UCZENIA SIĘ – KOMPETENCJE SPOŁECZNE:

- Rozumie rolę artysty we współczesnym świecie
- Rozumie znaczenie budowania publiczności
- Rozumie znaczenie komunikacji i promocji w pracy każdego artysty
- Rozumie potrzeby, marzenia, pragnienia, obiekcje potencjalnych odbiorców pracy artysty w odniesieniu do tego co robi, oferuje i jego działalności

		przedmiotu w toku studiów:	
wymiar godzin:	30	ilość pkt. ECTS:	2
rodzaj zajęć <i>właściwe podkreślić</i>	<ul style="list-style-type: none"> wykład ćwiczenia <u>seminarium</u> 	sposób zaliczenia <i>właściwe podkreślić</i>	<ul style="list-style-type: none"> E-egzamin ZO-zaliczenie z oceną <u>Z-zaliczenie bez oceny</u>
TREŚCI PROGRAMOWE WRAZ Z OPISEM EFEKTÓW KSZTAŁCENIA:			
<p>OSOBISTE PRZYWÓDZTWO I OSOBISTA EFEKTYWNOŚĆ</p> <ul style="list-style-type: none"> Diagnoza sytuacji wyjściowej – Gdzie jestem? Kim chciałbym się stać? Jak bym chciał żyć? Jaki jest mój stosunek do siebie? Jaka jest moja opowieść? Projektowanie wizji własnego rozwoju zawodowego Wartości i zasady Podstawowe zasady wytyczania sobie celów oraz ustalania priorytetów Przekonania ograniczające i wzmacniające i ich rola w kształtowaniu przyszłej kariery zawodowej oraz relacji interpersonalnych Tworzenie strategii działania Obietnica marki osobistej; Tożsamość marki osobistej; Korzyści zawodowe z silnej marki osobistej Znaczenie Eksperymentowania w rozwoju zawodowym – metody, dobre praktyki <p>SZTUKA PLANOWANIA I ZARZĄDZANIE SOBĄ W CZASIE</p> <ul style="list-style-type: none"> Istotna dobrego wykorzystywania czasu – samoorganizacja Prezentacja dotychczas wypracowanych metody zarządzania czasem – trzy generacje zarządzania czasem vs - Zarządzanie sobą w czasie – wg. czwartej, najbardziej nowoczesnej i zrównoważonej metody zarządzania sobą w czasie wg. Stephena Covey’a Matryca Eisenhowera Najczęściej popełniane błędy w planowaniu czasu <p>PRACA Z OPOREM W DZIAŁALNOŚCI ARTYSTYCZNEJ</p>			
METODY DYDAKTYCZNE:			
<ul style="list-style-type: none"> Wykład konwersatoryjny Praca indywidualna Ćwiczenia w grupach Prezentacje multimedialne Materiały ćwiczeniowe Coaching grupowy Mentoring Konsulting Dyskusje Analiza case studies 			
WARUNEK ZALICZENIA KURSU WRAZ Z METODAMI I KRYTERIAMI OCENIANIA:			
<ul style="list-style-type: none"> Obowiązkowa obecność na zajęciach Możliwe 3 nieobecności w semestrze Praca pisemna na zadany temat 			

semestr przedmiotu:	II	semestr realizacji	4
---------------------	----	--------------------	---

		przedmiotu w toku studiów:	
wymiar godzin:	30	ilość pkt. ECTS:	2
rodzaj zajęć <i>właściwe podkreślić</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● wykład ● ćwiczenia ● <u>seminarium</u> 	sposób zaliczenia <i>właściwe podkreślić</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● E-egzamin ● ZO-zaliczenie z oceną ● <u>Z-zaliczenie bez oceny</u>
TREŚCI PROGRAMOWE WRAZ Z OPISEM EFEKTÓW KSZTAŁCENIA:			
<p>MARKA ARTYSTYCZNA</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Czym jest marka artystyczna? Z jakich elementów się składa? Po co ją budować? ● Obietnica marki osobistej; Tożsamość marki osobistej; Korzyści zawodowe z silnej marki osobistej ● Na czym marka się zna – obszary eksperckości ● Pozycjonowanie marki artystycznej ● Estetyka marki artystycznej ● Określenie głównych grup odbiorców działań promocyjnych w zależności od celów biznesowych, artystycznych osobistych i wizerunkowych ● Określenie Misji, Wizji, Wartości, Cech (Atrybutów) Artysty, Zespołu ● Vision Board – graficzna wizualizacja siebie, swojej misji i wizji artystycznej? ● Jak napisać dobre bio ● Signature style – czym jest w odniesieniu do pracy artysty muzyka? ● Analiza punktów styku z marką artystyczną <p>OFERTA ARTYSTYCZNA, EDUKACYJNA LUB INNA</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Rola innowacyjności w pracy artysty ● Kreatywność – czym jest i jak ją stosować? ● Analiza trendów rynkowych i potencjału rynowego ● Oferta artystyczna – jak ją stworzyć? ● Research rynkowy – znaczenie i sposoby realizacji ● Budowanie relacji rynkowych ● Klient w pracy artystycznej – kim jest? Jak o nim myśleć? <p>PROMOCJA RYNKOWA</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Główne narzędzia i techniki promocyjne w pracy artysty czy zespołu ● Media społecznościowe w działalności promocyjnej artysty ● Media cyfrowej dystrybucji treści w pracy artysty ● Obszary tematyczne do komunikacji w mediach społecznościowych w procesie budowania marki artystycznej ● Jak dobrze pisać, jak mówić o swojej pracy? ● Budowanie własnej publiczności – metody, dobre praktyki, narzędzia 			
METODY DYDAKTYCZNE:			
<ul style="list-style-type: none"> ● Wykład konwersatoryjny ● Praca indywidualna ● Ćwiczenia w grupach ● Prezentacje multimedialne ● Materiały ćwiczeniowe ● Coaching grupowy ● Mentoring 			

- *Konsulting*
- *Dyskusje*
- *Analiza case studies*

WARUNEK ZALICZENIA KURSU WRAZ Z METODAMI I KRYTERIAMI OCENIANIA:

- *Obowiązkowa obecność na zajęciach*
- *Możliwe 3 nieobecności w semestrze*
- *Praca pisemna na zadany temat*