

Wydział Dyrygentury, Kompozycji i Teorii Muzyki

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

NAZWA PRZEDMIOTU	Nowe media
KIERUNEK <i>właściwie podkreślić</i>	- dyrygentura - kompozycja i teoria muzyki <u>muzyka i media</u>
SPECJALNOŚĆ <i>właściwie podkreślić</i>	- dyrygentura symfoniczno-operowa - kompozycja - kompozycja muzyki do filmu, gier i mediów - teoria muzyki <u>muzyka w komunikacji medialnej</u> (obowiązkowo)
POZIOM STUDIÓW <i>właściwie podkreślić</i>	- licencjackie <u>magisterskie</u>
OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT:	
mgr Anna Proszowska-Sala	
ZAŁOŻENIA, CELE ORAZ CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU:	
Celem przedmiotu jest prezentacja spektrum możliwości i zjawisk zachodzących w przestrzeni szeroko pojętych nowych mediów jak również narzędzi i technik pozwalających efektywnie wykorzystywać nowe media, szczególnie w powiązaniu z dziedziną marketingu na rzecz rozwoju i promocji sztuki, zwłaszcza muzyki poważnej. Przedmiot ma także za zadanie poszerzyć perspektywę uczestników w odniesieniu do najnowszych zjawisk zachodzących aktualnie na świecie i pozwala na zyskanie pełnej świadomości jak powinna wyglądać nowoczesna komunikacja na rzecz sztuki w XXI wieku.	
WYMAGANIA WSTĘPNE I DODATKOWE:	
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	
ZAŁECANE FAKULTATYWNE KOMPONENTY PRZEDMIOTU:	

BIBLIOGRAFIA PODSTAWOWA:	

BIBLIOGRAFIA UZUPEŁNIAJĄCA:	
- Fenwick Sara, <i>Digital Marketing for Musicians</i> - Hyatt Ariel, <i>Cyber PR for Musicians</i>	
EFEKTY UCZENIA SIĘ – WIEDZA:	

1. Dowie się, jak wykorzystywać szerokie spektrum nowych mediów w działalności marketingowej na rzecz rozwoju rynku muzycznego, promocji działalności artystycznej indywidualnych artystów jak również instytucji kultury, podmiotów edukacyjnych
2. Pozna potencjał nowoczesnych technologii i dresingu w projektowaniu atrakcyjnej narracji rynkowej i budowaniu publiczności
3. Pozna przykłady wykorzystywania nowoczesnych technologii oraz zastosowania siły synergii sztuk wizualnych w połączeniu z muzyką w procesie projektowania nowego typu propozycji artystycznych

EFEKTY UCZENIA SIĘ – UMIEJĘTNOŚCI:

1. Opanuje sztukę analizowania danych marketingowych, aby podejmować trafne decyzje biznesowe
2. Nauczy się tworzyć strategie content marketingowe, które zwiększają świadomość marki i pomagają osiągnąć cele biznesowe
3. Nauczy się planowania działań promocyjnych z wykorzystaniem nowych mediów

EFEKTY UCZENIA SIĘ – KOMPETENCJE SPOŁECZNE:

Zyskując świadomość w zakresie nowoczesnych technologii medialnych – zyska pewność siebie i poczucie, że jako artysta muzyk nie jest odcięty od reszty świata. Dzięki pozyskanej wiedzy stanie się bardziej nowoczesnie działającym ambasadorem na rzecz sztuki, bez względu na finalnie przyjętą rolę zawodową czy obraną ścieżkę kariery w świecie sztuki, muzyki.

semestr przedmiotu:	I	semestr realizacji przedmiotu w toku studiów:	1
wymiar godzin:	30	ilość pkt. ECTS:	3
rodzaj zajęć <i>właściwe podkreślić</i>	• wykład • ćwiczenia • <u>seminarium</u>	sposób zaliczenia <i>właściwe podkreślić</i>	• E-egzamin • <u>ZO-zaliczenie z oceną</u> • Z-zaliczenie bez oceny
TREŚCI PROGRAMOWE WRAZ Z OPISEM EFEKTÓW KSZTAŁCENIA:			
• Digital Media – kreatywność, analiza, zarządzanie, potencjał promocyjny w promocji sztuki • Media kreatywne – animacje, efekty specjalne, aplikacje, game design • Media społecznościowe w zarządzaniu wizerunkiem • Kultura cyfrowa a promocja sztuki • Content marketing • You Tube, Facebook, Instagram, Tik Tok, LinkedIn • Sztuka nowych mediów, sztuka cyfrowa, grafika komputerowa, animacja komputerowa, sztuka wirtualna, sztuka Internetu, sztuka interaktywna, gry wideo, druk 3D, cyborg art			
METODY DYDAKTYCZNE:			
• 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

semestr przedmiotu:	II	semestr realizacji przedmiotu w toku studiów:	2
wymiar godzin:	30	ilość pkt. ECTS:	3
rodzaj zajęć <i>właściwe podkreślić</i>	• wykład • ćwiczenia • <u>seminarium</u>	sposób zaliczenia <i>właściwe podkreślić</i>	• E-egzamin • <u>ZO-zaliczenie z oceną</u> • Z-zaliczenie bez oceny
TREŚCI PROGRAMOWE WRAZ Z OPISEM EFEKTÓW KSZTAŁCENIA:			
• Media cyfrowej dystrybucji muzyki – potencjał i możliwości wykorzystywania • Strategiczne zarządzanie komunikacją w mediach społecznościowych • Monitoring i analiza mediów społecznościowych • Wykorzystywanie społeczności zewnętrznych do poszukiwania innowacji i rozwoju produktów • Cyber bezpieczeństwo – kluczowe aspekty w pracy artysty • Wykorzystanie AI w procesie projektowania treści promocyjnych • Wykorzystanie AI w procesie projektowania koncertów i wydarzeń artystycznych			
METODY DYDAKTYCZNE:			
• 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			