

Akademia Muzyczna im. St. Moniuszki w Gdańsku

SYLABUS

(dla przedmiotu zajęć zbiorowych)

Autorzy opracowania: prof. Anna Janosz;

Nazwa przedmiotu	Komunikacja społeczna i organizacja wydarzeń
Kierunek studiów	Dyrygentura
Specjalność	Dyrygentura symfoniczno-operowa
Poziom studiów	magisterskie
Tryb	stacjonarne
Jednostka prowadząca	Wydział Dyrygentury, Kompozycji i Teorii Muzyki
Osoby realizujące	prof. Anna Janosz;
<u>efekty kształcenia - wiedza</u> - ma uporządkowaną wiedzę o celach, organizacji i funkcjonowaniu instytucji edukacyjnych, wychowawczych, opiekuńczych, kulturalnych, pomocowych i terapeutycznych, pogłębioną w wybranych zakresach, zwłaszcza w systemie szkolnictwa artystycznego (K_W02, K_W10, K_W13)	
<u>efekty kształcenia - umiejętności</u> - posiada umiejętność kreowania i realizowania projektów artystycznych (często w powiązaniu z innymi dyscyplinami) oraz posiada zdolność do podjęcia wiodącej roli w zespołach różnego typu (K_U01, K_U04, K_U05, K_U06)	
<u>efekty kształcenia - kompetencje społeczne</u> - jest w pełni kompetentnym i samodzielnym artystą i pedagogiem, zdolnym do świadomego integrowania zdobytej wiedzy w obrębie specjalności oraz w ramach innych szeroko pojętych działań kulturalno-twórczo-oświatowych (K_K02, K_K03) - inicjuje działania artystyczne w zakresie szeroko pojętej kultury (podejmowanie projektów o charakterze interdyscyplinarnym lub też wymagających współpracy z przedstawicielami innych dziedzin sztuki i nauki) (K_K03, K_K05) - w sposób świadomy i odpowiedzialny przewodniczy różnorodnym działaniom zespołowym (K_K04) - wykazuje się umiejętnością funkcjonowania w społeczeństwie (K_K07)	
<u>założenia, cele oraz charakterystyka przedmiotu</u> Głównym założeniem przedmiotu KOMUNIKACJA SPOŁECZNA I ORGANIZACJA IMPREZ jest wyposażenie studentów w podstawową wiedzę w zakresie komunikacji społecznej (typy, formy, cechy, rodzaje) oraz umiejętności na polu praktycznego organizowania imprez kulturalnych. Przekazywana na zajęciach teoria jest podparta praktyką na polu komunikacji werbalnej i niewerbalnej. Szczególny nacisk kładziony jest na komunikację medialną. Studenci: <ul style="list-style-type: none">• otrzymują kompendium wiedzy nt. mediów lokalnych, jak również instytucji kulturalnych,• nabywają podstawowe umiejętności w zakresie Public Relations - skutecznej metody kształtowania dobrego wizerunku artysty, zespołu i instytucji artystycznej,• zapoznają się - jako przyszli nauczyciele, organizatorzy przedsięwzięć kulturalnych - z zasadami organizacji wydarzeń muzycznych,• poznaje zasady planowania kampanii reklamowej,• poznaje źródła finansowania - pozyskiwanie grantów, stypendiów, środków unijnych,• zapoznają się ze sposobami osiągnięcia sukcesu, zasadami kontaktów z partnerami i kontrahentami są przygotowani do występów publicznych, konferencji, seminariów,• uczą się zakładać własną działalność artystyczną/stowarzyszenie kulturalne,• nabywają podstawowe umiejętności w zakresie autoprezentacji/autoreklamy.	
<u>sposób realizacji</u> zajęcia stacjonarne	
<u>wymagania wstępne i dodatkowe</u> <ul style="list-style-type: none">• orientacja w lokalnym (trójmiejskim) świecie kulturalnym i medialnym• umiejętność obsługi komputera: edytor tekstu, PowerPoint	
<u>zalecane fakultatywne komponenty przedmiotu</u> <ul style="list-style-type: none">• promocja i marketing i dóbr kultury	
<u>bibliografia podstawowa</u> <ol style="list-style-type: none">1. Dragicevic-Sesić Milena, Stojković Branimir, <i>Kultura: zarządzanie, animacja, marketing</i>, Warszawa 2010.2. Jankowski Dzierżymir, <i>Pedagogika kultury</i>, Kraków 2006.3. Latoch-Zielińska Małgorzata, <i>Animacja działań kulturalnych</i>, Warszawa 2010.	

bibliografia uzupełniająca

Z zakresu komunikacji społecznej:

1. Collins Andy, *Język ciała, gestów i zachowań*, Warszawa 2003.
2. Goban-Klas Tomasz, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa-Kraków 2009.
3. Nęcki Zbigniew, *Komunikowanie interpersonalne*, Wrocław 1992.
4. Tkaczyk Lech, *Komunikacja niewerbalna*, Wrocław 1996.

Z zakresu Public Relations:

1. Gregory Anne, *Public Relations w praktyce*, Kraków 1997.

Z zakresu prawa autorskiego:

1. Porzecka Barbara, *Prawo autorskie i prasowe*, Warszawa 2007.

semestr	forma zaliczenia	forma zajęć	wymiar godzin	wycena ects
3	zaliczenie	ćwiczenia	15	1.0

pedagog

prof. Anna Janosz;

treści programowe wraz z opisem efektów kształcenia

TEORIA

1. Komunikacja społeczna - definicje, pojęcia, cechy.
2. Poziomy i style procesu komunikowania się.
3. Sposoby porozumiewania się ludzi (komunikowanie interpersonalne – bezpośrednie i medialne; komunikowanie pośrednie – masowe).
4. Komunikacja werbalna, niewerbalna, medialna.
5. Prezentacja i autoprezentacja.
6. Organizacja imprezy kulturalnej.
7. Sponsoring i mecenat.
8. Reklama i promocja.
9. Elementy umowy z artystą.
10. Public Relations jako metoda kreowania wizerunku artysty, zespołu i instytucji artystycznej.

PRAKTYKA

1. Autoprezentacja.
2. Prezentacja animatora kultury muzycznej w regionie.
3. Stworzenie własnego scenariusza imprezy kulturalnej.
4. Wystąpienie przed publicznością - zapowiedź imprezy.

metody dydaktyczne

- burza mózgów
- konwersacje
- autoprezentacja
- prezentacja

warunek zaliczenia kursu wraz z metodami i kryteriami oceniania

Ocena semestralna jest wypadkową kilku czynników. Są nimi:

- obecność (dopuszczalne 2 nieusprawiedliwione nieobecności),
- aktywność, kreatywność i zaangażowanie podczas zajęć i ćwiczeń,
- prace domowe (pisemno-koncepcyjne),
- gotowość do twórczych działań.

Podpisy autorów: