

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	Produkcja muzyczna
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 uczestniczek 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, dyskusja, analiza i praca na case studies.			
WARUNKI ZALICZENIA ORAZ METODY I KRYTERIA OCENIANIA			
Napisanie i przedstawienie strategii rozwoju własnej marki osobistej.			