

Wydział Dyrygentury, Kompozycji i Teorii Muzyki

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

NAZWA PRZEDMIOTU	Komunikacja społeczna i organizacja wydarzeń
KIERUNEK <i>właściwie podkreślić</i>	● <u>dyrygentura</u> ● <u>kompozycja i teoria muzyki</u> ● <u>muzyka i media</u>
SPECJALNOŚĆ <i>właściwie podkreślić</i>	● <u>dyrygentura symfoniczno-operowa</u> (obowiązkowo) ● <u>kompozycja</u> (obowiązkowo) ● <u>kompozycja muzyki do filmu, gier i mediów</u> (obowiązkowo) ● <u>teoria muzyki</u> (obowiązkowo) ● <u>muzyka w komunikacji medialnej</u> (obowiązkowo)
POZIOM STUDIÓW <i>właściwie podkreślić</i>	● licencjackie ● <u>magisterskie</u>
OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT:	
prof. dr hab. Anna Janosz	
ZAŁOŻENIA, CELE ORAZ CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU:	
Głównym założeniem przedmiotu 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: 1. otrzymują kompendium wiedzy nt. mediów lokalnych, jak również instytucji kulturalnych, 2. nabywają podstawowe umiejętności w zakresie Public Relations - skutecznej metody kształtowania dobrego wizerunku artysty, zespołu i instytucji artystycznej, 3. zapoznają się - jako przyszli nauczyciele, organizatorzy przedsięwzięć kulturalnych - z zasadami organizacji wydarzeń muzycznych, 4. poznaje zasady planowania kampanii reklamowej, 5. poznaje źródła finansowania - pozyskiwanie grantów, stypendiów, środków unijnych, 6. zapoznają się ze sposobami osiągania sukcesu, zasadami kontaktów z partnerami i kontrahentami są przygotowani do wystąpień publicznych, konferencji, seminariów, 7. uczą się zakładać własną działalność artystyczną/stowarzyszenie kulturalne, 8. nabywają podstawowe umiejętności w zakresie autoprezentacji/autoreklamy.	
WYMAGANIA WSTĘPNE I DODATKOWE:	
1. orientacja w lokalnym (trójmiejskim) świecie kulturalnym i medialnym 2. umiejętność obsługi komputera: edytor tekstu, PowerPoint	
ZAŁECANE FAKULTATYWNE KOMPONENTY PRZEDMIOTU:	

<i>Promocja i marketing i dóbr kultury</i>	
BIBLIOGRAFIA PODSTAWOWA:	
1. WRÓBLEWSKI, Łukasz (red.). Zarządzanie w instytucjach kultury. Warszawa: CeDeWu.PL, 2014. ISBN 9788375566277.	
BIBLIOGRAFIA UZUPEŁNIAJĄCA:	
1. Collins Andy, <i>Język ciała, gestów i zachowań</i> , Warszawa 2003. 2. Dragicevic-Sesić Milena, Stojković Branimir, <i>Kultura: zarządzanie, animacja, marketing</i> , Warszawa 2010. 3. Goban-Klas Tomasz, <i>Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu</i> , Warszawa-Kraków 2009. 4. Jankowski Dzierżymir, <i>Pedagogika kultury</i> , Kraków 2006. 5. Latoch-Zielińska Małgorzata, <i>Animacja działań kulturalnych</i> , Warszawa 2010. 6. Nęcki Zbigniew, <i>Komunikowanie interpersonalne</i> , Wrocław 1992. 7. Tkaczyk Lech, <i>Komunikacja niewerbalna</i> , Wrocław 1996. 8. Gregory Anne, <i>Public Relations w praktyce</i> , Kraków 1997. 9. Porzecka Barbara, <i>Prawo autorskie i prasowe</i> , Warszawa 2007.	
EFEKTY UCZENIA SIĘ – WIEDZA:	
1. 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)	
EFEKTY UCZENIA SIĘ – UMIEJĘTNOŚCI:	
1. 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)	
EFEKTY UCZENIA SIĘ – KOMPETENCJE SPOŁECZNE:	
1. 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) 2. 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) 3. w sposób świadomy i odpowiedzialny przewodniczy różnorodnym działaniom zespołowym (K_K04) 4. wykazuje się umiejętnością funkcjonowania w społeczeństwie (K_K07)	

semestr przedmiotu:	I	semestr realizacji przedmiotu w toku studiów:	4
wymiar godzin:	15	ilość pkt. ECTS:	1
rodzaj zajęć właściwe podkreślić	• wykład • ćwiczenia • seminarium	sposób zaliczenia właściwe podkreślić	• E - egzamin • ZO - zaliczenie z oceną • Z - zaliczenie bez oceny
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:

1. *burza mózgów*
2. *konwersacje*
3. *autoprezentacja*
4. *prezentacja*

WARUNEK ZALICZENIA KURSU WRAZ Z METODAMI I KRYTERIAMI OCENIANIA:

Ocena semestralna jest wypadkową kilku czynników. Są nimi:

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