

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

NAZWA PRZEDMIOTU	Komunikacja społeczna i organizacja wydarzeń
KIERUNEK	Jazz i muzyka estradowa
SPECJALNOŚĆ	Instrumentalistyka jazzowa
POZIOM STUDIÓW	Studia II stopnia - magisterskie
TRYB ZAJĘĆ	Obowiązkowy
ZAJĘCIA	wykład; zbiorowe
SUMA SEMESTRÓW	15 godzin; 1 ECTS
OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT	
prof. dr hab. Anna Janosz	
ZAŁOŻENIA CELE ORAZ CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU	
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 organizację i kosztorys imprez, komunikację medialną i promocję wydarzenia. Studenci: - 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 - poznają zasady planowania kampanii reklamowej - poznają źródła finansowania - pozyskiwanie grantów, stypendiów, środków unijnych - zapoznają się ze sposobami osiągania sukcesu, zasadami kontaktów z partnerami i kontrahentami są przygotowani do wystąpień publicznych, konferencji, seminariów; - uczą się zakładać własną działalność artystyczną/stowarzyszenie kulturalne; - nabywają podstawowe umiejętności w zakresie autoprezentacji/autoreklamy	

WYMAGANIA WSTĘPNE I DODATKOWE
- orientacja w lokalnym (trójmiejskim) świecie kulturalnym i medialnym - umiejętność obsługi komputera: edytor tekstu, PowerPoint

ZALECANE FAKULTATYWNE KOMPONENTY PRZEDMIOTU

- Kultura - upowszechnianie, udostępnianie, popularyzacja
- Promocja i marketing w kulturze

BIBLIOGRAFIA PODSTAWOWA

- Milena Dragicevic-Sesić, Branimir Stojković, Kultura: zarządzanie, animacja, marketing, NCK, Warszawa 2010
- Dzierżymir Jankowski, Pedagogika kultury, Kraków 2006
- Małgorzata Latoch-Zielińska, Animacja działań kulturalnych, Fundacja "Muzyka jest dla wszystkich" Warszawa 2010

BIBLIOGRAFIA DODATKOWA

Goban-Klas T., Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Kraków, 2009.
Nęci Z., Komunikowanie interpersonalne, Ossolineum, Wrocław, 1992.
Tkaczyk L., Komunikacja niewerbalna, Wydawnictwo Astrum, Wrocław, 1996.
Collins A., Język ciała, gestów i zachowań, KDC, Warszawa, 2003.
Gregory A. (red.), Public Relations w praktyce, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków, 1997.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

P7K_02: Student potrafi komunikować się z różnymi grupami odbiorców i współpracować z nimi przy organizacji wydarzeń.
P7K_03: Student jest przygotowany do organizowania wydarzeń muzycznych.

ORGANIZACJA ZAJĘĆ I UWAGI			
Obowiązkowy. PRZEDMIOTY HUMANISTYCZNO-SPOŁECZNE			
Semestr studiów	Godziny	ECTS	Forma zaliczenia
IV	15	1	zaliczenie z oceną

Semestr przedmiotu	1	Semestr realizacji w toku studiów	IV
Wymiar godzin	15	Punkty ECTS	1
Rodzaj zajęć	wykład	Sposób zaliczenia	ZO - zaliczenie z oceną
TREŚCI PROGRAMOWE WRAZ Z OPISEM EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
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. Stworzenie własnego scenariusza i kosztorysu imprezy kulturalnej 3. Wystąpienie przed publicznością - zapowiedź imprezy			
METODY DYDAKTYCZNE			
Wykład, autoprezentacja, prezentacja			
WARUNKI ZALICZENIA ORAZ METODY I KRYTERIA OCENIANIA			
Ocena semestralna jest wypadkową kilku czynników. Są nimi: - systematyczne uczestnictwo w zajęciach - prace domowe (pisemno - koncepcyjne) - gotowość do twórczych działań			