Akademia Muzyczna im. Stanisława Moniuszki w Gdańsku

Wydział Jazzu i Muzyki Rozrywkowej

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

NAZWA PRZEDMIOTU	Komunikacja społeczna i organizacja wydarzeń
KIERUNEK	Jazz i muzyka estradowa
SPECJALNOŚĆ	Produkcja muzyczna
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 przygotowywani 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