

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu w języku	polskim	Marketing i zarządzanie projektem artystycznym
	angielskim	Marketing and Management of an Artistic Project

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE KSZTAŁCENIA

1.1. Sekcja ¹	Sztuki
1.2. Dyscyplina ²	Sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki, sztuki muzyczne
1.3. Forma kształcenia	Stacjonarna
1.4. Poziom kształcenia	Szkoła Doktorska
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	dr Maciej Zdanowicz
1.6. Kontakt	maciej.zdanowicz@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Rodzaj przedmiotu ³	Przedmiot ogólny
2.2. Język wykładowy	Język polski

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć ⁴	wykład, ćwiczenia
3.2. Liczba godzin ⁵	10 godz. (wykład), 10 godz. (ćwiczenia)
3.3. Miejsce realizacji zajęć	Zajęcia w pomieszczeniu dydaktycznym UJK
3.4. Forma zaliczenia zajęć	Zaliczenie (wykład), zaliczenie z oceną (ćwiczenia)
3.5. Metody dydaktyczne	<p>Metody podawcze: wykład informacyjny i konwersatoryjny – przekazywanie usystematyzowanej wiedzy, prezentacja multimedialna – uporządkowana prezentacja treści, połączona z komentarzem teoretycznym i przykładami.</p> <p>Metody oglądowe: analiza studiów przypadków (case studies) – omówienie wybranych projektów artystycznych i wzorniczych z dokumentacją wizualną, aplikacyjną i promocyjną; przegląd materiałów źródłowych – analiza fragmentów wniosków grantowych, portfolio, art statements, dokumentów strategicznych instytucji kultury.</p> <p>Metody problemowe: rozwiązywanie problemów projektowych – wspólna identyfikacja problemu (np. brak grupy docelowej, nieczytelna narracja projektowa) i poszukiwanie alternatywnych rozwiązań.</p> <p>Metody aktywizujące: praca metodą projektu – indywidualne lub zespołowe tworzenie koncepcji projektu</p>

¹ Sekcja nauk humanistycznych, nauk społecznych, nauk ścisłych i przyrodniczych, nauk medycznych i nauk o zdrowiu, nauk o sztuce.

² Historia, językoznawstwo, literaturoznawstwo, nauki medyczne, nauki o zdrowiu, nauki o polityce i administracji, nauki prawne, nauki o bezpieczeństwie, pedagogika, nauki o komunikacji społecznej i mediach, nauki o zarządzaniu i jakości, nauki biologiczne, nauki chemiczne, nauki fizyczne, nauki o Ziemi o środowisku, sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki, sztuki muzyczne.

³ Przedmiot ogólny, przedmiot dziedzinowy w sekcji, przedmiot dyscyplinowy w sekcji, przedmiot specjalistyczny w dyscyplinie.

⁴ Ćwiczenia, wykład, seminarium.

⁵ Zgodna z programem kształcenia w Szkole Doktorskiej.

		artystycznego/wzorniczego wraz z elementami aplikacyjnymi i strategią promocji. Symulacje i pitching projektów – prezentacja projektu przed grupą z udziałem feedbacku i oceny potencjalnych odbiorców i grantodawców.
3.6. Wykaz literatury	podstawowa	J. Ciesielka / G. Jędrak (red.), <i>Budowanie organizacji</i> , Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, 2023 Š. M. Dragičević, <i>Kultura : zarządzanie, animacja, marketing</i> , Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, 2010 P. Dziurski, <i>Zarządzanie organizacjami w sektorach kreatywnych</i> , Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH, 2021 A. Gwóźdź, <i>Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki</i> , Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, 2010 J. Wrycza, <i>Jak zapowiadać wydarzenia kulturalne w Internecie, by przyciągnąć i zaangażować odbiorców: webriting w kulturze</i> , Warszawa: Wydawnictwo Wiedza i Praktyka, 2016 L. Varbanova, <i>Zarządzanie strategiczne w kulturze</i> , Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, 2015
	uzupełniająca	J.F. English, <i>Ekonomia prestiżu : nagrody, wyróżnienia i wymiana wartości kulturowej</i> , Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, 2013 C.D. Throsby, <i>Ekonomia i kultura</i> , Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, 2010 Magazyn internetowy „Purpose”

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

<p>4.1. Cele przedmiotu</p> <p>wykład:</p> <p>C01: Pogłębienie wiedzy w zakresie instytucjonalnych, ekonomicznych i systemowych uwarunkowań realizacji projektów artystycznych i wzorniczych, w tym finansowania, polityki kulturalnej oraz metodologii zarządzania projektami w kontekście krajowym i europejskim.</p> <p>C02: Rozwinięcie umiejętności analizy i krytycznej oceny mechanizmów systemowych (instytucjonalnych i grantowych), a także samodzielnego formułowania koncepcji projektów zgodnych z obowiązującymi programami wsparcia i metodami zarządczymi.</p> <p>C03: Celem jest kształtowanie odpowiedzialnej postawy wobec roli artysty i projektanta w społeczeństwie, w tym świadomości etycznej i kulturowej związanej z ubieganiem się o środki publiczne, realizacją działań w przestrzeni społecznej i komunikacją projektową.</p> <p>ćwiczenia:</p> <p>C04: Celem ćwiczeń jest zastosowanie wiedzy teoretycznej w praktyce poprzez zapoznanie się z budową projektów artystycznych i aplikacji grantowych, uwzględniających celowość, strukturę logiczną, harmonogramowanie, budżetowanie i ewaluację.</p> <p>C05: Celem jest rozwój praktycznych umiejętności projektowych: konstruowania wniosków, pisanie dokumentów aplikacyjnych, tworzenia materiałów promocyjnych, definiowania grup docelowych i doboru skutecznych narzędzi komunikacyjnych w marketingu artystycznym i wzorniczym.</p> <p>C06: Celem jest wzmacnianie postawy zaangażowania społecznego i odpowiedzialności za jakość komunikacji projektowej oraz umiejętności współpracy w interdyscyplinarnym zespole projektowym, z uwzględnieniem różnorodnych interesariuszy i kontekstu kulturowego.</p>

4.4. Treści programowe wykładów

- System instytucjonalny w kulturze, sztuce i sektorach kreatywnych: Omówienie struktury instytucjonalnej w Polsce i Europie w obszarze kultury, sztuki oraz przemysłów kreatywnych – podział na sektor publiczny, prywatny i pozarządowy (NGO). Rola instytucji kultury, programów narodowych i europejskich (MKiDN, NCK, PISF, Komisja Europejska, Creative Europe). Polityki kulturalne i strategie wspierania twórczości artystycznej i wzorniczej.
- Wprowadzenie do metodologii pracy projektowej: Projekt jako czasowo ograniczone, celowe działanie z unikalnymi rezultatami – definicje, typologia, cechy projektów artystycznych i wzorniczych. Kluczowe elementy struktury projektu: cel, rezultaty, harmonogram, budżet, zasoby, odbiorcy. Wprowadzenie do metodyk zarządzania projektami (PMI, Agile, metoda logiczna, Design Thinking i IDEO).
- Źródła finansowania projektów artystycznych i wzorniczych: System stypendialny i grantowy na poziomie lokalnym, krajowym i międzynarodowym: programy MKiDN, NCK, fundusze samorządowe, mecenat, Erasmus+, Creative Europe, Culture Moves Europe, art residencies. Omówienie struktury i logiki aplikacji projektowych (cele, uzasadnienie, działania, rezultaty, kosztorys, wskaźniki).
- Marketing i promocja projektu artystycznego lub wzorniczego: Budowanie strategii komunikacyjnej i marketingowej projektu artystycznego. Rola storytellingu, narracji wizualnej, analizy grup docelowych. Tworzenie artysty/projektanta jako marki: dossier, portfolio, art statement. Marketing wydarzenia: kanały promocji, działania PR, współpraca z mediami, sponsoring, patronat.

4.5. Treści programowe ćwiczeń

- Projektowanie własnego projektu artystycznego lub wzorniczego: Praca metodą projektu – opracowanie koncepcji, celów, planu działań, rezultatów i budżetu z uwzględnieniem potencjalnych źródeł finansowania. Ćwiczenia w opracowaniu koncepcji projektu z uwzględnieniem przekładalności celów na poszczególne zadania, pozycje w harmonogramie i budżecie, skończywszy na rezultatach,
- Tworzenie wniosku aplikacyjnego: Analiza przykładowych konkursów stypendialnych i grantowych. Opracowanie draftu wniosku do programu (np. stypendium MKiDN, rezydencja artystyczna, nabór). Ćwiczenia z argumentacji, języka aplikacyjnego, logiki wnioskowania.
- Budowanie strategii marketingowej projektu: Opracowanie podstawowych założeń marketingowych projektu: identyfikacja grup odbiorców, kanały komunikacji, narzędzia promocyjne. Ćwiczenia z przygotowania komunikatu prasowego, notki o wydarzeniu, scenariusza obecności w mediach społecznościowych.
- Prezentacja projektu i komunikacja z otoczeniem: Ćwiczenia w formie prezentacji publicznych i omówień grupowych. Elementy pitchingu, autoprezentacji i feedbacku.
- Prezentacja własnej twórczości artystycznej / projektowej: artist statement, biogram, dossier, portfolio.

5. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ

Przedmiotowy efekt uczenia się	Doktorant, który zaliczył przedmiot	Odniesienie od efektów uczenia się w Szkole Doktorskiej (zgodnie z programem kształcenia w Szkole Doktorskiej)
w zakresie WIEDZY:		

W01	Doktorant/ka zna i rozumie organizacyjne uwarunkowania działalności artystycznej, projektowej i badawczo-artystycznej, w tym zasady marketingu, promocji, zarządzania oraz pozyskiwania funduszy na realizację projektów artystycznych / projektowych i badawczo-artystycznych / badawczo-projektowych.	SD_W06
W02	Doktorant/ka posiada pogłębioną wiedzę na temat struktur instytucjonalnych i polityk kulturalnych w Polsce i Europie w kontekście funkcjonowania projektów artystycznych i wzorniczych. Doktorant/ka rozumie metodologie zarządzania projektami artystycznymi i artystyczno-badawczymi, w tym ich strukturę logiczną, zasady harmonogramowania, budżetowania oraz ewaluacji. Doktorant/ka zna aktualne źródła finansowania działalności artystycznej, projektowej i badawczo-artystycznej na poziomie lokalnym, krajowym i międzynarodowym, w tym programy stypendialne i rezydencyjne. Doktorant/ka identyfikuje kluczowe problemy w promocji i upowszechnianiu sztuki, designu i projektów twórczych, analizując je w odniesieniu do uwarunkowań instytucjonalnych i społecznych.	SD_W07
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	Doktorant/ka potrafi samodzielnie opracować strukturalnie poprawny i merytorycznie uzasadniony projekt artystyczny lub wzorniczy, dostosowany do wybranej formy finansowania. Doktorant/ka potrafi zaprezentować efekty działalności artystycznej lub projektowej w formie pisemnej (np. wniosku projektowego, dossier, portfolio) i ustnej, zgodnie z wymogami etycznymi, prawnymi i metodologicznymi.	SD_U05
U02	Doktorant/ka umie stosować strategie marketingowe i promocyjne właściwe dla wydarzeń, projektów oraz własnej sylwetki jako twórcy lub projektanta. Doktorant/ka potrafi rozpoznać i opisać potrzeby odbiorców działań artystycznych i projektowych oraz dobrać odpowiednie narzędzia komunikacji i promocji.	SD_U06
U03	Doktorant/ka potrafi planować i realizować indywidualne przedsięwzięcia artystyczne, projektowe lub badawczo-artystyczne o charakterze krajowym i międzynarodowym, z uwzględnieniem strategii organizacyjnych, promocyjnych i aplikacyjnych	SD_U08
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	Doktorant/ka potrafi krytycznie ocenić i uzasadnić znaczenie wiedzy marketingowej i zarządczej w rozwiązywaniu praktycznych i społecznych problemów w obszarze sztuki i projektowania.	SD_K02
K02	Doktorant/ka jest gotów/gotowa do inicjowania i realizowania działań artystycznych, projektowych i badawczo-artystycznych w sposób przedsiębiorczy, odpowiedzialny i świadomy społecznie, z uwzględnieniem współpracy z różnorodnymi	SD_K04

	interesariuszami oraz uwarunkowań instytucjonalnych i kulturowych.	
--	--	--

6. SPOSOBY WERYFIKACJI OSIĄGNIĘCIA PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Przedmiotowe efekty uczenia się	Sposób weryfikacji (+/-)																				
	Egzamin ustny/pismny			Kolokwium			Projekt			Aktywność na zajęciach			Praca własna			Praca w grupie			Inne		
	Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć					
	W	C	S	W	C	S	W	C	S	W	C	S	W	C	S	W	C	S	W	C	S
W01				+																	
W02				+																	
U01								+			+										
U02								+			+										
U03								+			+										
K01								+			+										
K02				+				+			+										

7. KRYTERIA OCENY STOPNIA OSIĄGNIĘCIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
Wykład (W)	3,0	Doktorant/ka rozumie jedynie elementarne pojęcia związane z tematem wykładów. Wymagana jest pomoc ze strony prowadzącego, brak samodzielności analitycznej, odpowiedzi mają charakter odtwórczy. Procent uzyskanych punktów w ramach kolokwium zaliczeniowego: 50-59%
	3,5	Doktorant/ka wykazuje podstawowe zrozumienie pojęć, lecz ma trudności z samodzielną analizą. Odpowiedzi są fragmentaryczne, terminologia używana jest nieprecyzyjnie, a interpretacje zbyt ogólne. Procent uzyskanych punktów w ramach kolokwium zaliczeniowego: 60-69%
	4,0	Doktorant/ka poprawnie rozpoznaje podstawowe elementy systemu kultury, metodologii projektowej i źródeł finansowania. Potrafi wymienić i ogólnie scharakteryzować instytucje i programy wsparcia. Wiedza ogólna jest wystarczająca, choć brakuje głębszej analizy lub krytycznej refleksji. Procent uzyskanych punktów w ramach kolokwium zaliczeniowego: 70-79%
	4,5	Doktorant/ka bardzo dobrze zna i rozumie struktury systemowe kultury oraz źródła finansowania. Trafnie interpretuje przykłady, poprawnie używa terminologii i samodzielnie wskazuje relacje między kontekstem politycznym, społecznym a praktyką artystyczną. Procent uzyskanych punktów w ramach kolokwium zaliczeniowego: 80-89%
	5,0	Doktorant/ka biegle posługuje się pojęciami z zakresu polityki kulturalnej, finansowania kultury, metodologii zarządzania projektami artystycznymi. Samodzielnie formułuje rozbudowane, interdyscyplinarne analizy i poprawnie odnosi się do realiów instytucjonalnych. Przejawia głębokie zrozumienie systemu kultury oraz jego współczesnych uwarunkowań. Procent uzyskanych punktów w ramach kolokwium zaliczeniowego: 90-100%
ćwiczenia (C)	3,0	Projekt jest bardzo uproszczony, z błędami strukturalnymi lub niepełny. Doktorant/ka nie potrafi samodzielnie dobrać podstawowych elementów projektu ani wykazać powiązań między koncepcją a celami i działaniami. Procent uzyskanych punktów w ramach projektu zaliczeniowego: 50-59%

3,5	Projekt doktoranta/teki ma charakter schematyczny lub niekompletny. Struktura jest poprawna, ale nieczytelna lub niekonsekwentna. Wymagana była interwencja prowadzącego. Brakuje adekwatnej strategii komunikacji/promocji. Procent uzyskanych punktów w ramach projektu zaliczeniowego: 60-69%
4,0	Doktorant/ka opracowuje projekt zgodny z wytycznymi, poprawny formalnie, lecz o ograniczonym poziomie szczegółowości lub oryginalności. Poprawnie rozpoznaje podstawowe elementy wniosku/projektu, ale brakuje głębszej analizy lub integracji wiedzy. Procent uzyskanych punktów w ramach projektu zaliczeniowego: 70-79%
4,5	Doktorant/ka prezentuje bardzo dobrze przemyślany projekt, spełniający większość wymogów formalnych i merytorycznych. Widoczna jest umiejętność planowania działań, doboru narzędzi i komunikacji z odbiorcą. Niewielkie braki nie wpływają na ogólną jakość pracy. Procent uzyskanych punktów w ramach projektu zaliczeniowego: 80-89%
5,0	Doktorant/ka przygotowuje kompletny, spójny i dobrze udokumentowany projekt (lub jego koncepcję), zawierający jasno sformułowane cele, opis działań, budżet, plan promocji i strategię komunikacji. Prezentuje wysoki poziom refleksji, świadome stosowanie narzędzi projektowych i marketingowych oraz umiejętność dostosowania do realnych warunków aplikacyjnych. Procent uzyskanych punktów w ramach projektu zaliczeniowego: 90-100%

Przyjmuję do realizacji

.....