

## Karta przedmiotu

|                                          |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                                                                                |                       |       |
|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu                   | Marketing, reklama i PR (Konwersatorium), PG_00145090                                                                                                                                                                           |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                                                                                |                       |       |
| Kierunek studiów                         | Zarządzanie instytucjami artystycznymi (P)                                                                                                                                                                                      |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                                                                                |                       |       |
| Data rozpoczęcia studiów                 | październik 2025 r.                                                                                                                                                                                                             |                                                           | Rok akademicki realizacji przedmiotu |                        | 2025/2026                                                                                                                                                                                                      |                       |       |
| Poziom kształcenia                       | I stopnia - licencjackie                                                                                                                                                                                                        |                                                           | Grupa zajęć                          |                        | Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów<br>Grupa zajęć z obszarów nauk humanistycznych lub nauk społecznych<br>Grupa zajęć powiązanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym - profil praktyczny |                       |       |
| Forma studiów                            | stacjonarne                                                                                                                                                                                                                     |                                                           | Sposób realizacji                    |                        | na uczelni                                                                                                                                                                                                     |                       |       |
| Rok studiów                              | 1                                                                                                                                                                                                                               |                                                           | Język wykładowy                      |                        | polski                                                                                                                                                                                                         |                       |       |
| Semestr studiów                          | 1                                                                                                                                                                                                                               |                                                           | Liczba punktów ECTS                  |                        | 2.0                                                                                                                                                                                                            |                       |       |
| Profil kształcenia                       | praktyczny                                                                                                                                                                                                                      |                                                           | Forma zaliczenia                     |                        | zaliczenie                                                                                                                                                                                                     |                       |       |
| Jednostka prowadząca                     | Rektor -> Wydział Filologiczny -> Instytut Anglistyki i Amerykanistyki -> Zakład Badań nad Sztukami Scenicznymi                                                                                                                 |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                                                                                |                       |       |
| Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców) | Odpowiedzialny za przedmiot                                                                                                                                                                                                     |                                                           | dr Grzegorz Kapuściński              |                        |                                                                                                                                                                                                                |                       |       |
|                                          | Prowadzący zajęcia z przedmiotu                                                                                                                                                                                                 |                                                           | dr Grzegorz Kapuściński              |                        |                                                                                                                                                                                                                |                       |       |
| Formy zajęć                              | Forma zajęć                                                                                                                                                                                                                     | Wykład                                                    | Ćwiczenia                            | Laboratorium           | Projekt                                                                                                                                                                                                        | Seminarium            | RAZEM |
|                                          | Liczba godzin zajęć                                                                                                                                                                                                             | 30.0                                                      | 0.0                                  | 0.0                    | 0.0                                                                                                                                                                                                            | 0.0                   | 30    |
|                                          | W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0                                                                                                                                                                                     |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                                                                                |                       |       |
| Aktywność studenta i liczba godzin pracy | Aktywność studenta                                                                                                                                                                                                              | Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów |                                      | Udział w konsultacjach |                                                                                                                                                                                                                | Praca własna studenta | RAZEM |
|                                          | Liczba godzin pracy studenta                                                                                                                                                                                                    | 30                                                        |                                      | 2.0                    |                                                                                                                                                                                                                | 18.0                  | 50    |
| Cel przedmiotu                           | Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z tematyką marketingu, z teorią i praktyką działań marketingowych, przedstawienie uwarunkowań stosowania marketingu, ze szczególnym uwzględnieniem działań promocyjnych organizacji. |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                                                                                |                       |       |

| Efekty uczenia się przedmiotu                                 | Efekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Efekt z przedmiotu                                                                                      | Sposób weryfikacji i oceny efektu                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                               | [ZIAL3_K05] Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, przestrzegania i upowszechniania zasad etyki zawodowej w wykonywanej działalności menedżerskiej i/lub artystycznej.                                                                                                                                                                                                                                                                                | Zna i rozumie wagę zasad etycznych w dziedzinie marketingu kultury i sztuki.                            | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja<br>[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport<br>[SK5] realizacja zadania problemowego |
|                                                               | [ZIAL3_K02] Jest gotów do korzystania z wiedzy z zakresu nauk o sztuce oraz zarządzaniu i jakości oraz do zasięgania opinii ekspertów w realizacji określonych przez siebie lub innych zadań menedżerskich i/lub artystycznych.                                                                                                                                                                                                                                         | Umie analizować dostępne informacje z różnych źródeł w planowaniu i wykonywaniu działań marketingowych. | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja<br>[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport<br>[SK5] realizacja zadania problemowego |
|                                                               | [ZIAL3_U03] Potrafi komunikować się z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu nauk o sztuce, nauk o zarządzaniu i jakości, literaturoznawstwa oraz nauk pomocniczych i pokrewnych.                                                                                                                                                                                                                                                                              | Potrafi komunikować się z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu marketingu.                   | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja<br>[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport<br>[SU5] realizacja zadania problemowego |
|                                                               | [ZIAL3_W01] Zna w zaawansowanym stopniu podstawową wiedzę ogólną z zakresu nauk o sztuce, nauk o zarządzaniu i jakości, literaturoznawstwa oraz nauk pomocniczych i pokrewnych.                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Zna rozmaite uwarunkowania decydujące o charakterze produktu z domeny kultury i sztuki.                 | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja<br>[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport<br>[SW5] realizacja zadania problemowego |
|                                                               | [ZIAL3_W03] Ma wiedzę szczegółową dotyczącą wybranych zagadnień z zakresu nauk o sztuce, nauk o zarządzaniu i jakości, literaturoznawstwa oraz nauk pomocniczych i pokrewnych, ukierunkowaną na zastosowania praktyczne w działalności menedżerskiej i/lub artystycznej.                                                                                                                                                                                                | Posiada wiedzę na temat rozmaitych koncepcji i rozwiązań z dziedziny marketingu, reklamy, PR.           | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja<br>[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport<br>[SW5] realizacja zadania problemowego |
|                                                               | [ZIAL3_W06] Zna powiązania i zależności pomiędzy teoretycznymi i praktycznymi elementami z zakresu wybranej specjalności właściwej dla kierunku zarządzanie instytucjami artystycznymi; wiedzę tę wykorzystuje w pracy menedżera i/lub w realizacji prac artystycznych.                                                                                                                                                                                                 | Potrafi skonstruować i zaplanować plan marketingowy dla produktu z domeny kultury i sztuki.             | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja<br>[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport<br>[SW5] realizacja zadania problemowego |
|                                                               | [ZIAL3_U01] Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z obszaru nauk o sztuce, nauk o zarządzaniu i jakości oraz literaturoznawstwa w rozwiązywaniu problemów poznawczych i wykonywaniu zadań zawodowych z zakresu zarządzania instytucjami artystycznymi i kulturalnymi i/lub realizacji własnych koncepcji artystycznych, zwłaszcza w praktyce scenicznej, dobierając właściwe metody i narzędzia.                                                                       | Potrafi przeprowadzić i kontrolować działania z dziedziny marketingu kultury i sztuki.                  | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja<br>[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport<br>[SU5] realizacja zadania problemowego |
| Treści przedmiotu                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Geneza, pojęcie i rola marketingu.</li> <li>• Otoczenie marketingowe.</li> <li>• Segmentacja rynku, rynek docelowy.</li> <li>• Zachowania nabywców na rynku.</li> <li>• Planowanie i strategia produktu.</li> <li>• Polityka cenowa.</li> <li>• Dystrybucja produktów i usług.</li> <li>• Polityka promocji - istota, funkcje, cele, instrumenty.</li> <li>• Public Relations - istota, funkcje, formy i narzędzia.</li> </ul> |                                                                                                         |                                                                                                                             |
| Wymagania wstępne i dodatkowe                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                         |                                                                                                                             |
| Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się | Sposób oceniania (składowe)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Próg zaliczeniowy                                                                                       | Składowa oceny końcowej                                                                                                     |
|                                                               | Projekt/prezentacja                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 51.0%                                                                                                   | 100.0%                                                                                                                      |

|                                                                         |                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Zalecana lista lektur                                                   | Podstawowa lista lektur                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dragičević-Sesić M., Stojković B., <i>Kultura: zarządzanie, animacja, marketing</i>, Warszawa 2010.</li> <li>• Gratton Ch., Jung B., Shibli S. et al., <i>Zarządzanie i marketing w kulturze i rekreacji</i>, Warszawa 1995.</li> <li>• Kotler Ph., Keller K.L., <i>Marketing</i>, Poznań 2012.</li> </ul>                                                                                                                                                                                         |
|                                                                         | Uzupełniająca lista lektur                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Budzyński W., <i>Reklama. Techniki skutecznej perswazji</i>, Warszawa 2007.</li> <li>• Cenker E., <i>Public Relations</i>, Poznań 2007.</li> <li>• Dryl T., <i>Podstawy marketingu, wybrane zagadnienia</i>, Sopot 2005.</li> <li>• Mruk H., <i>Komunikowanie się w marketingu</i>, Warszawa 2004.</li> <li>• Wiktor J.W., <i>Promocja. System komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem</i>, Warszawa 2001.</li> <li>• Żurawik W., <i>Marketing, podstawy i kontrowersje</i>, Sopot 2005.</li> </ul> |
|                                                                         | Adresy eZasobów                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Przykładowe zagadnienia/<br>przykładowe pytania/<br>realizowane zadania | Skonstruowanie planu marketingowego dla wybranego podmiotu rynkowego i produktu z dziedziny sztuki. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Praktyki zawodowe<br>w ramach przedmiotu                                | Nie dotyczy                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.