

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Opracowanie kampanii marketingowej i strategii dystrybucyjne, PG_00167073						
Kierunek studiów	Produkcja form audiowizualnych (P)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2028/2029		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć powiązanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym - profil praktyczny		
Forma studiów	niestacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	3		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	6		Liczba punktów ECTS		2.0		
Profil kształcenia	praktyczny		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Filologiczny -> Instytut Badań nad Kulturą -> Zakład Produkcji Form Audiowizualnych						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Grzegorz Fortuna-Skowron				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	20
	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	20		2.0		28.0	50
Cel przedmiotu	Student uczy się praktycznego opracowywania kampanii marketingowej w procesie dystrybucji filmowej. Poznaje strategię dystrybucyjne i potrafi z nich korzystać.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[PFAL3_U12] Potrafi ocenić skuteczność, przygotować plan działań dystrybucyjnych w zakresie produkcji audiowizualnej i je zrealizować.	Potrafi ocenić skuteczność, przygotować plan działań dystrybucyjnych w zakresie produkcji audiowizualnej i je zrealizować, a także przygotować kampanię reklamową filmu.	[SU5] realizacja zadania problemowego
	[PFAL3_W10] Posiada wiedzę na temat sprzedaży efektu produkcji audiowizualnej.	Posiada wiedzę na temat sprzedaży efektu produkcji audiowizualnej i opracowania kampanii dystrybucyjnej filmu.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[PFAL3_K02] Jest przygotowany do brania aktywnego udziału w działalności instytucji, organizacji oraz grup społecznych zajmujących się produkcją audiowizualną.	Jest przygotowany do brania aktywnego udziału w działalności instytucji i organizacji zajmujących się marketingiem i dystrybucją filmową.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[PFAL3_U06] Posiada umiejętność rozpoznania źródeł finansowania produkcji audiowizualnej i skutecznego zabiegania o finansowanie.	Posiada umiejętność skutecznego zabiegania o finansowanie dystrybucji i kampanii reklamowej filmu.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[PFAL3_U05] Posiada umiejętność oceny wartości projektu audiowizualnego z punktu widzenia komercyjnego.	Posiada umiejętność oceny wartości projektu audiowizualnego z punktu widzenia komercyjnego.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[PFAL3_W06] Zna źródła i zasady finansowania produkcji audiowizualnej.	Zna źródła i zasady finansowania dystrybucji filmu.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
[PFAL3_U11] Potrafi zaplanować i zrealizować kampanię marketingową produktu audiowizualnego.	Potrafi zaplanować i zrealizować kampanię marketingową produktu audiowizualnego.	[SU5] realizacja zadania problemowego	
Treści przedmiotu	Tworzenie oferty dystrybucyjnej; elementy strategii dystrybucyjnej; umowa dystrybucyjna; koszty dystrybucji; formy marketingu w dystrybucji filmów; budżet kampanii marketingowej; merchandising; działania publicystyczne.		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	czynny udział w zajęciach	80.0%	30.0%
	praca zaliczeniowa	51.0%	70.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	F. Kerrigan, Film Marketing, second edition, Routledge 2017. J. Ulin, The Business of Media Distribution: Monetizing Film, TV and Video Content in an Online World, Focal Press 2009.	
	Uzupełniająca lista lektur	P. Hall, Independent Film Distribution: How to Make a Successful End Run Around the Big Guys, Michael Wiese Productions 2011.	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Tworzenie oferty dystrybucyjnej. Tworzenie kampanii reklamowej filmu. Omówienie umowy dystrybucyjnej i kosztorysu dystrybucji. Omówienie form marketingu filmów.		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.