



Nazwa przedmiotu	Marketing sztuki i kultury
Jednostka prowadząca	Wydział Ceramiki i Szkła
Jednostka dla której przedmiot jest przygotowany	Katedra Szkła
Rodzaj przedmiotu	podstawowy, obowiązkowy - seminaria
Rok studiów/semestr; forma studiów	3 rok/semestr 5/studia licencjackie stacjonarne
Liczba punktów ECTS	1
Prowadzący	dr Mariusz Łabiński
Cel zajęć	Celem zajęć jest czynne uczestnictwo studentów w seminariach zorganizowanych w wybranych instytucjach kultury oraz organizacjach i urzędach zajmujących się wspomaganie kultury
Wymagania wstępne	ukończony 2 rok studiów
Efekty kształcenia w zakresie:	
– wiedzy	student nabiera podstawowej wiedzy na temat instytucji kultury oraz instytucji zajmujących się wspieraniem i finansowaniem kultury
– umiejętności	student posiada umiejętność wykorzystania potencjału instytucji kultury w celu realizacji własnych projektów artystycznych, pozyskiwania stypendiów i grantów, organizacji wystaw itp.
– kompetencji personalnych i społecznych	Student nabiera sprawności komunikowania się z przedstawicielami instytucji kultury, potrafi określić swoje cele oraz odpowiadać na zapotrzebowanie i cele stawiane przed instytucjami kultury
Treść zajęć	W zależności od instytucji kultury, w których będą zorganizowane seminaria - cele instytucji kultury - zadania instytucji kultury - potencjał instytucji kultury - działalność niekomercyjna i komercyjna w sferze kultury - programy finansowania kultury
Forma i wymiar zajęć	cykl seminariów
Metody i kryteria oceny	50% uczestnictwo w seminariach 50% aktywność w dyskusji
Sposób zaliczenia	zaliczenie ze stopniem
Literatura	Spis instytucji kultury na stronie internetowej MKiDN http://mkidn.gov.pl/pages/strona-glowna/kultura-i-dziedzictwo/instytucje-kultury-w-polsce.php
Uwagi	
Język wykładowy	polski