

PRZEDMIOT					
<b>Nazwa:</b> Kreowanie marki					
<b>Liczba godzin</b>			5		
<b>Miejsce realizacji zajęć</b>			<b>W sali*</b> ..... W terenie (gdzie)..... W obiekcie ( jakim) ..... Inne .....		
<b>Możliwość formy zdalnej</b>			<b>Tak *</b> <b>Nie</b>		
<b>Typ przedmiotu:</b>	<b>Wykład</b>	<b>Konwersatorium</b> *	Ćwiczenie	Warsztat	zajęcia terenowe

\*Typ przedmiotu: zaznacz właściwe

Uwagi:

**Wymagania wstępne:** brak

**Cel przedmiotu:** Określenie tego, co ma zostać osiągnięte w ramach przedmiotu

Zapoznanie studenta z mechanizmami działającymi w obszarze rynków kreatywnych.

Poznanie praktycznych przykładów z zakresu zarządzania marką oraz sponsoringu.

Rozwijanie umiejętności studenta w zakresie korowania własnych projektów. Rozwijanie umiejętności zarządczych.

### Treści kształcenia przedmiotu

Wiedza:

Student ma wiedzę z zakresu definiowania problematyki w obszarze zarządzania kulturą.

Student potrafi charakteryzować rynek mediów.

Student zna i potrafi określić zagrożenia wynikające z podejmowania działalności gospodarczej w obszarach rynków kreatywnych.

Umiejętności:

Student potrafi przeprowadzić negocjacje z zakresu problematyki zarządzania marką.



Uniwersytet Papieski  
Jana Pawła II  
w Krakowie



Student potrafi dokonać stanu oceny zagrożenia wykorzystując wybrane narzędzia analityczne.

Kompetencje społeczne:

Student rozumie zagrożenia wynikające z podejmowanych działań związanych z zarządzaniem karier artystów, sportowców, etc.

### **Efekty kształcenia :**

1. Student zna mechanizmy związane z zarządzaniem rynków kreatywnych.
2. Student zna mechanizmy polskiego rynku mediów.
3. Student zna mechanizmy pozyskiwania grantów oraz środków finansujących projektu artystyczne.
4. Student umie sporządzić CV dedykowane konkretnemu odbiorcy.
5. Student świadomie używa narzędzi body language.
6. Student zna mechanizmy komunikacji w mediach społecznych.
7. Student zna zasady zarządzania projektem (kultura, sport).
8. Student potrafi sporządzić list ofertowy.
9. Student potrafi sporządzić ofertę sponsorską.
10. Student potrafi rozróżnić przedmiotowe aspekty związane z ochroną własności intelektualnej.

Wiedza:

PSEdTP_W01	wyjaśnia miejsce turystyki wśród innych nauk	P6S_WG
PSEdTP_W09	omawia najważniejsze pojęcia używane w turystyce	P6S_WG
PSEdTP_W02	definiuje i systematyzuje zagrożenia naturalne, geopolityczne, gospodarcze, społeczne, kulturowe dla turystyki	P6S_WG
PSEdTP_W16	omawia wpływ nowych trendów społecznych, technologicznych, środowiskowych i gospodarczych na turystykę	P6S_WK



Uniwersytet Papieski  
Jana Pawła II  
w Krakowie



PSEdTP_W11	ma pogłębioną wiedzę w zakresie metod, narzędzi oraz systemów organizacji i obsługi sektora usług turystycznych, a także technik badania zjawisk w obszarze turystyki	P6S_WG
------------	---	--------

Umiejętności:

PSEdTP_U08	potrafi na podstawie przeprowadzonych analiz zaprojektować produkt turystyczny z wykorzystaniem najnowszych technologii	P6S_UW
PSEdTP_U06	przeprowadza krytyczną analizę zjawisk społecznych, politycznych i kulturalnych mających wpływ na turystykę czasu po COVID-19	P6S_UW
PSEdTP_U02	potrafi zaplanować i zrealizować strategie marketingowe, wykorzystując nowoczesne technologie.	P6S_UW
PSEdTP_U15	współdziała z innymi osobami w ramach prac zespołowych	P6S_UK

Kompetencje:

PSEdTP_K01	rozumie potrzebę uczenia się i rozwoju osobistego przez całe życie	P6S_KK
PSEdTP_K05	potrafi podejmować działania kulturalne na rzecz interesu publicznego	P6S_KO
PSEdTP_K02	uczestniczy w życiu kulturalnym, krytycznie wykorzystując posiadaną wiedzę	P6S_KK
PSEdTP_K07	jest świadomy odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu, kraju i Europy	P6S_KR
PSEdTP_K04	potrafi współpracować z twórcami, animatorami i odbiorcami kultury oraz uczestniczyć w projektach społeczno-kulturalnych	P6S_KO

**Metody i narzędzia dydaktyczne:**

Praca w grupach,

Wykład

Praca indywidualna



Uniwersytet Papieski  
Jana Pawła II  
w Krakowie



Case study

Gra decyzyjna

Ćwiczenia aktywizujące

Analiza dokumentacji filmowej

Analiza dokumentów strategicznych oraz instrukcji

**Pomoce dydaktyczne:** Materiał filmowy z zasobu you tube oraz archiwum wykładowców

Wzory dokumentacji planistycznej, organizacyjnej

Case study

Zajęcia terenowe i wizyty studyjne w obiektach użyteczności publicznej i obiektach zabytkowych, wykorzystywanych przez turystów.

**Sposoby sprawdzania i warunki zaliczenia:**

1. Praca zaliczeniowa pisemna
2. Case study wybranego zdarzenia kryzysowego

**Bibliografia:** Giza A., *Kreowanie marek kultury*, AVALON, Kraków 2022.

Griffin R. W., *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.

Hoogart G., *Przedsiębiorczość w kulturze*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 1999.

Ilczuk D., Misiąg W., *Finansowanie i organizacja kultury w gospodarce rynkowej*, Wydawnictwo Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2003.

Szmygin B., *Światowe dziedzictwo kultury UNESCO: charakterystyka, metodologia, zarządzanie*, Politechnika Lubelska, Lublin 2016.

Orłowski T., *Protokół dyplomatyczny. Między tradycją a nowoczesnością*, PISM, Warszawa 2015.



Uniwersytet Papieski  
Jana Pawła II  
w Krakowie

