

EKONOMIKA KULTURY

Nazwa przedmiotu

Wydział Kompozycji, Teorii Muzyki i Reżyserii Dźwięku

Nazwa jednostki realizującej przedmiot



program studiów

Kompozycja i Teoria Muzyki

Kierunek

Muzyka filmowa i teatralna

Specjalność

-

Specjalizacja

stacjonarne	drugiego stopnia	obowiązkowy	wykład	grupowe	zajęcia w pomieszczeniu dydaktycznym AMFN
Forma studiów	Poziom studiów	Status przedmiotu	Forma przeprowadzenia zajęć	Tryb realizacji	

ROK I		ROK II	
sem. I	sem. II	sem. I	sem. II
☒	☒	☐	☐
Z	ZO	Wybór z listy.	Wybór z listy.
ECTS			
2	2		

Liczba godzin kontaktowych z pedagogiem	60
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	60
punkty ECTS	4

Forma zaliczenia: Z – zaliczenie bez oceny I ZO – zaliczenie z oceną I E – egzamin

Koordynator przedmiotu	Kierownik Zakładu Reżyserii Dźwięku	
Prowadzący przedmiot	Ewa Gruszka-Dobrzyńska	e.gruszka-dobrzynska@amfn.pl

Metody kształcenia		Metody weryfikacji efektów uczenia się	
1.	wykład problemowy	1.	projekt, prezentacja
2.	analiza przypadków	2.	realizacja zleconego zadania
3.	praca z tekstem i dyskusja	3.	Wybór z listy.
4.	Wybór z listy.	4.	Wybór z listy.
5.	Wybór z listy.	5.	Wybór z listy.

CELE PRZEDMIOTU

Celem przedmiotu jest przygotowanie studentów do sprawnego funkcjonowania na rynku pracy. Studenci poznają m.in. podstawowe mechanizmy i uwarunkowania rynku kultury, ekonomiczną charakterystykę dóbr kultury. Wykłady uwzględniają także problematykę pozyskiwania funduszy z różnych źródeł oraz elementy przedsiębiorczości w działalności muzycznej. Formuła zajęć zakłada połączenie teorii z praktyką, stąd przewidziano odwoływanie się do konkretnych przykładów z rynku muzycznego.

WYMAGANIA WSTĘPNE

Brak.

TREŚCI PROGRAMOWE**semestr I-II**

1. Wprowadzenie do ekonomiki kultury – podstawowe definicje, obszary badawcze, wybrane teorie.
2. Ekonomiczna charakterystyka dóbr kultury; kultura a rozwój gospodarczy; kulturalizacja ekonomii i ekonomizacja kultury; źródła zawodności rynku w sektorze kultury.
3. Przemysły kultury, gospodarka kreatywna; prawa autorskie jako podstawa przemysłów kreatywnych; struktura sektora kreatywnego.
4. Uwarunkowania rynku w działalności muzycznej.
5. Wartość dóbr kultury; cena a wartość; ekonomiczna wycena dóbr kultury, wybrane metody ustalania ceny w działalności kulturalnej.
6. Uwarunkowania popytu i podaży w działalności instytucji muzycznych; uczestnictwo w kulturze a popyt; ograniczenia teorii popytu w ekonomice kultury.
7. Zachowania nabywców dóbr i usług sektora muzycznego; strategie marketingowe na rynku dóbr i usług w sektorze muzycznym.
8. Rynek pracy artystów i twórców; specyfika pracy w sektorach kreatywnych; wartość marki osobistej artysty a pozycja negocjacyjna na rynku pracy.
9. Badania rynku pracy artystów w Polsce i na świecie; analiza dynamiki zatrudnienia w sektorze muzycznym.
10. Narzędzia wsparcia dla artystów w Polsce i w Europie; analiza wybranych programów dedykowanych artystom w polityce kulturalnej.
11. Źródła finansowania kultury.
12. Finansowanie kultury ze środków publicznych.
13. Finansowanie kultury w ramach sektora non profit (analiza wybranych programów w polityce kulturalnej na szczeblu państwowym i samorządowym).
14. Prywatne finansowanie kultury; strategie pozyskiwania sponsora (analiza rynku; kryteria doboru sponsora strategicznego, zasady współpracy ze sponsorem, tworzenie oferty sponsoringowej).
15. Elementy przedsiębiorczości w działalności muzycznej; pojęcie i funkcje zarządzania; strategie instytucji muzycznych; modele scentralizowane i zdecentralizowane instytucji muzycznych w Polsce; zasady delegowania uprawnień w instytucjach muzycznych; formy organizacyjno-prawne instytucji muzycznych w Polsce.
16. Ekonomiczna charakterystyka wybranych branż sektora muzycznego; ekonomiczna charakterystyka sztuk performatywnych; wpływ technologii na koszty pracy artystycznej.
17. Modele rynku w sektorze muzyki.
18. Analiza przykładowych umów w działalności muzycznej.

Podstawowe kryteria oceny (semestr I-II)

Podstawą zaliczenia jest zrealizowanie 3 zadań praktycznych w każdym semestrze. W pierwszym semestrze należy obowiązkowo wykonać strategię ustalania ceny dla wybranego przedsięwzięcia związanego z działalnością zawodową przyszłych absolwentów kierunku oraz dwa zadania praktyczne z puli zadań do wyboru (których treść wiąże się z bezpośrednio z tematyką wykładów). W semestrze drugim obowiązuje realizacja i prezentacja projektu: strategii pozyskiwania sponsora oraz - podobnie jak w semestrze pierwszym - wykonanie dwóch zadań praktycznych (związanych z tematyką wykładów) z puli zadań do wyboru. Kryteria oceny to: poprawność merytoryczna, zakres wyczerpania tematu oraz oryginalność zaproponowanych rozwiązań. Wagi poszczególnych ocen z zadań częściowych w ocenie końcowej to: 0,75 dla zadania obowiązkowego oraz 0,25 dla zadań z puli do wyboru.

Kategorie efektów	EFEKT UCZENIA SIĘ	Kod efektu
Wiedza	posiada wiedzę dotyczącą finansowych, marketingowych i prawnych aspektów wykonywania zawodu muzyka	P7_MFiT_W07
	zna techniki popularyzacji muzyki	P7_MFiT_W10
	posiada wiedzę o zasadach ochrony własności intelektualnej	P7_MFiT_W11
Umiejętności	jest przygotowany do kierowania realizacją własnych kompozycji oraz organizowania i prowadzenia imprez	P7_MFiT_U04
Kompetencje społeczne	posiada, popartą doświadczeniem, pewność w komunikowaniu się i umiejętność życia w społeczeństwie, przejawiające się w szczególności przez: - inicjowanie i pracę z innymi osobami w ramach wspólnych projektów i działań, - przewodniczenie działaniom, pracę zespołową, prowadzenie negocjacji i właściwą organizację działań, - integrację z innymi osobami w ramach różnych przedsięwzięć kulturalnych, - prezentowanie skomplikowanych zadań w przystępnej formie	P7_MFiT_K05

LITERATURA PODSTAWOWA

- D. Ilczuk, T. M. Dudzik, A. Jeran, E. Gruszka, *Artyści na rynku pracy*, Biblioteka Zarządzania Kulturą, seria wydawana przez Instytut Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego, wyd. Attyka, Kraków 2015.
- D. Ilczuk, *Ekonomika kultury*, PWN, Warszawa 2012.
- H. Szych (red.), *Vedemecum artysty. Muzyka i taniec*, Instytut Muzyki i Tańca, Warszawa 2018.

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA

- E. Gruszka, *Popyt w działalności kulturalnej – jego uwarunkowania i wpływ na decyzje repertuarowe wybranych instytucji muzycznych [w:] (Współ)przestrzenie ekonomii i sztuki*, red. N. Krzyżanowska, K. Nowak, Poznań 2010.
- E. Gruszka-Dobrzyńska, A. Karpińska, M. Smół, *Muzycy w czasach COVID-19*, "Ruch Muzyczny" nr 10/2020.
- D. Throsby, *Ekonomia i kultura*, wyd. NCK, Warszawa 2010.
- R. Towse, *Ekonomia kultury. Kompendium*, wyd. NCK, Warszawa 2011.
- *Kultura: edukacja, instytucje, zarządzanie*, red. E. Gruszka, W. Moch, Bydgoszcz 2015.

- E. Gruszka, *Następstwa transformacji z perspektywy działalności instytucji kultury w Polsce*, w: Kultura: edukacja, instytucje, zarządzanie, red. E. Gruszka, W. Moch, Bydgoszcz 2015.
- Jeran, E. Gruszka, *Czas pracy artystycznej – uwarunkowania zróżnicowania wśród przedstawicieli artystów i twórców*, Zarządzanie Zasobami Ludzkimi, 5 (112)/16, Komitet Nauk o Pracy i Polityce Społecznej, Polska Akademia Nauk, Warszawa 2016.
- D. Ilczuk, T. M. Dudzik, E. Gruszka, *Sygnal SOS od artystów. Szukajmy pomysłu na stworzenie stabilnego rynku pracy artystów (konkluzje i rekomendacje)*, w: Rynek pracy artystów i twórców w Polsce. Raport z badań, red. D. Ilczuk, Bydgoszcz-Warszawa 2013.
- E. Gruszka-Dobrzyńska, D. Ilczuk, W. Hazanowicz, Z. Socha, *Policzeni i policzone! Artyści i artystki w Polsce*, Warszawa 2020.

BIBLIOTEKI WIRTUALNE I ZASOBY ON-LINE (opcjonalnie)

- *The Compendium of Cultural Policies and Trends*, <https://www.culturalpolicies.net/>, dostęp: 20.09.2023.
- E. Gruszka, K. Zamojski, *Kulturalnie przez ekonomię społeczną*, dostępne online: <https://www.nck.pl/badania/raporty/kulturalnie-przez-ekonomie-spoleczna>, 2011.
- E. Gruszka, G. Kaczmarek, *Menedżerowie, animatorzy, edukatorzy, twórcy? ... kultury, raport z badań* - publikacja internetowa, dostępna online na stronie internetowej Narodowego Centrum Kultury: <http://www.obserwatoriumkultury.pl/> oraz <http://obserwatoriumkultury.byd.pl/>, 2011.

Data modyfikacji	Wprowadź datę	Autor modyfikacji	
Czego dotyczy modyfikacja	czcionka Calibri, rozmiar 11, używać punktów (jeśli potrzeba)		