

KARTY PRZEDMIOTÓW

Przedmioty obowiązkowe

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Angielski w zastosowaniu akademickim I		Formy: ćwiczenia	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Kulturoznawstwo		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: angielski
Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: trzeci	Liczba godzin w planie studiów: 24	Liczba punktów ECTS: 3

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Celem przedmiotu trzonowego jest doskonalenie znajomości języka angielskiego, zwłaszcza rozbudowywanie umiejętności takich jak mówienie, czytanie, pisanie i słuchanie na poziomie akademickim. Zajęcia służą podniesieniu językowych kwalifikacji oraz umożliwiają czynną komunikację w obcojęzycznym środowisku. Studenci i studentki nabywają umiejętności niezbędnych do prowadzenia dyskusji, czytania i rozumienia anglojęzycznego tekstu akademickiego, uczą się sporządzać notatki w języku angielskim. Umiejętności zdobyte podczas zajęć będą wykorzystywane przez studentów i studentki w codziennej pracy z tekstem anglojęzycznym, szczególnie w kontekście przygotowywania pracy dyplomowej.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_U11	Student/ka potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz na wyższym poziomie w zakresie specjalistycznej terminologii kulturoznawczej i zastosowania w środowisku akademickim.	Metoda 1 Metoda 2

Treści programowe

Opis:

Celem zajęć jest aktywizacja komunikacji ustnej w formalnym języku angielskim: studenci i studentki przygotowują prezentacje problemowe, streszczenia tekstów akademickich, parafrazy krótkich fragmentów. Poszerzają słownictwo na poziomie B2, stosują znajomość języka do tłumaczenia akademickich tekstów kulturoznawczych, które posłużą jako literatura przedmiotowa w ich projektach magisterskich.

Treści:

- Talking contemporary culture: main problems and theories
- Talking contemporary visual culture and contemporary art
- Tendencies and trends in the new humanities
- Critical and emancipatory theories

Literatura obowiązkowa:

- H. Dellar, A. Walkley, *Outcomes. Upper Intermediate. Student's book*, Andover 2016.
- M. Foley, D. Hall, *My Grammar Lab. Intermediate B1/B2*, Harlow 2012.
- V. Evans, *FCE Use of English. 1*. Newbury 2000

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Prezentacja	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: 36• maksymalna liczba punktów do zdobycia: 70
Metoda 2	Udział w dyskusji	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: 16• maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na ćwiczeniach. Dopuszczalna jedna nieusprawiedliwiona nieobecność.
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Angielski w zastosowaniu akademickim II		Formy: ćwiczenia	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Kulturoznawstwo		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: angielski
Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: czwarty	Liczba godzin w planie studiów: 24	Liczba punktów ECTS: 3

Miejsce przedmiotu w programie studiów
<p>Celem przedmiotu trzonowego jest doskonalenie znajomości języka angielskiego, zwłaszcza rozbudowywanie umiejętności takich jak mówienie, czytanie, pisanie i słuchanie na poziomie akademickim. Zajęcia służą podniesieniu językowych kwalifikacji oraz umożliwiają czynną komunikację w obcojęzycznym środowisku. Studenci i studentki nabywają umiejętności niezbędnych do prowadzenia dyskusji, czytania i rozumienia anglojęzycznego tekstu akademickiego, uczą się sporządzać notatki w języku angielskim. Umiejętności zdobyte podczas zajęć będą wykorzystywane przez studentów i studentki w codziennej pracy z tekstem anglojęzycznym, szczególnie w kontekście przygotowywania pracy dyplomowej.</p>

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_U11	Student/ka potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz na wyższym poziomie w zakresie specjalistycznej terminologii kulturoznawczej ze szczególnym uwzględnieniem akademickich użyć języka.	Metoda 1 Metoda 2

Treści programowe
<p>Opis: Celem zajęć jest doskonalenie komunikacji ustnej w formalnym języku angielskim: studenci i studentki przygotowują bardziej złożone prezentacje problemowe indywidualnie i w małych grupach, moderują dyskusje, piszą krótkie prace polegające na analizie wybranego zagadnienia. Poszerzają słownictwo na poziomie B2, stosują znajomość języka do pisanie i tłumaczenia akademickich tekstów kulturoznawczych, które związane są z projektem</p>

magisterskim. Prezentują projekt w języku angielskim i odpowiadają na pytania grupy oraz prowadzącej/go.

Treści:

- Language and culture: relativism vs. universalism
- Language and discourse
- Language and identity
- Registers, jargons and styles

Literatura obowiązkowa:

- R. Macpherson, *English for Academic Purposes*, Warszawa 2012.
- C. Browne, B. Culligan, J. Phillips, *In Focus, Level 3*, Cambridge 2014..
- M. McCarthy, F. O'Dell, *Academic Vocabulary in Use*, Cambridge 2008.
- C. Kramersch, H. G. Widdowson, *Language and Culture*, Oxford 2003.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Prezentacja	<ul style="list-style-type: none">● zdobycie minimalnej liczby punktów: 26● maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 2	Praca pisemna	<ul style="list-style-type: none">● zdobycie minimalnej liczby punktów: 26● maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na ćwiczeniach. Dopuszczalna jedna nieusprawiedliwiona nieobecność.
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU			
-------------------------	--	--	--

Nazwa przedmiotu: Dźwięk i muzyka w kulturze		Formy: wykład konwersatorium ćwiczenia	Obligatoryjność: obowiązkowy
--	--	--	--

Kierunek studiów: Kulturoznawstwo	Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
---	---	-----------------------------------

Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: czwarty	Liczba godzin w planie studiów: 36	Liczba punktów ECTS: 6
---	----------------------------	--	-------------------------------

Składowe przedmiotu			
----------------------------	--	--	--

<ol style="list-style-type: none"> 1. Muzyka współczesna, wykład, 12h. 2. Socjologia dźwięku, konwersatorium, 12h. 3. Muzyka w nowych mediach, ćwiczenia, 12h. 			
---	--	--	--

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot trzonowy stanowi kontynuację refleksji na temat relacji sztuki i kultury współczesnej, skupiając się tym razem na badaniu roli dźwięku i muzyki w kulturze. Studentki i studenci poznają więc muzykę współczesną wraz z teoriami i strategiami badawczymi, które służą do jej poznania. Uczą się społecznego wymiaru muzyki w ramach socjologii dźwięku, a także analizują rolę muzyki w sztuce nowoczesnej i nowych mediach. Dodatkowa uwaga poświęcona będzie zagadnieniom związanym z technologicznymi przemianami tworzenia i dystrybucji muzyki oraz ich konsekwencjami.

Efekty uczenia się		
---------------------------	--	--

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_W03	Student/ka posiada uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą zagadnienia związane z dźwiękiem i muzyką w kulturze, ukierunkowaną na zastosowanie w praktyce;	Metoda 1
KLT2_W04	Student/ka zna wybrane współczesne zjawiska kulturowe, wytwory artystyczne i praktyki kulturowe	Metoda 1 Metoda 2

	związane z muzyką i audiosferą, mając przy tym świadomość ich społecznego, politycznego i ekonomicznego uwarunkowania;	
KLT2_W07	Student/ka posiada szczegółową wiedzę o organizacji i funkcjonowaniu instytucji związanych z działalnością kulturową skupioną na muzyce i współczesnej audiosferze;	Metoda 1
KLT2_K05	Student/ka jest gotów/gotowa do aktywnego uczestniczenia w życiu kulturalnym, interesowania się aktualnymi wydarzeniami kulturalnymi, nowatorskimi formami wyrazu artystycznego oraz nowymi zjawiskami społecznymi i artystycznymi dotyczącymi muzyki oraz szeroko rozumianej audiosfery.	Metoda 1 Metoda 2

Treści programowe
1. Muzyka współczesna
<p>Opis: Próby zrozumienia miejsca i roli muzyki w organizacji życia codziennego oraz jej związków z władzą stanowią główne wyznaczniki ujęć kulturoznawczych. Na wykładzie omówione zostają najważniejsze koncepcje wyrastające z tej tradycji wraz z przykładami, które je kontekstualizują lub problematyzują. Przedmiotem refleksji są m.in. relacji muzyki z kapitalizmem, ideologiczna rola muzyki w tym kwestie związane z reprezentacją płci, rasy i klasy w kulturze muzycznej, społeczne konstruowanie kategorii opisu i klasyfikacji muzyki, oraz rosnąca rola mediatyzacji technologicznej w doświadczeniu muzyki.</p>
<p>Treści:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Muzyka w perspektywie kulturoznawczej: tematy i konteksty. ● Kulturowa polityka muzyki: tożsamości, reprezentacje, hierarchie wartości. ● Ewolucja współczesnej muzyki: historie, gatunki i geopolityka. ● Kultura i technologie: mediatyzacje nagrywania i odtwarzania muzyki.
<p>Literatura obowiązkowa:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● A. Bennett, S. Waksman (red.) 2015. <i>The SAGE Handbook of Popular Music</i>. Londong: SAGE.
2. Socjologia dźwięku
<p>Opis: Dźwięk jest wszechobecny w otoczeniu człowieka, stając się punktem odniesienia dla szeregu praktyk kulturowych związanych z jego percepcją, wytwarzaniem, reprezentacją, mierzeniem, regulowaniem itd. W ramach kursu studenci i studentki poddają refleksji przede wszystkim społeczną rolę dźwięku, wykorzystując wybrane koncepcje i pojęcia wypracowane w ramach interdyscyplinarnej dziedziny sound studies. Omawiany i dyskutowany jest szereg różnorodnych kontekstów historycznych i kulturowych, w których manifestują się materialne i</p>

symboliczne właściwości dźwięku, oraz rozważany pytanie czy i jak refleksja nad dźwiękiem skłania do przemyślenia na nowo zarówno charakteru ludzkiego sensorium, jak i tego, co społeczne.

Treści:

- 1. Dźwięk: między ciszą a hałasem.
- 2. Dźwięk a ciało: rezonanse i interferencje.
- 3. Dźwięk i przestrzeń: sygnały, brzmienia, rytmy.
- 4. Praktyki dźwiękowe: od sound art do sonic branding.

Literatura obowiązkowa:

- R. Murray Schafer, *Muzyka środowiska*, [w:] *Kultura dźwięku: teksty o muzyce nowoczesnej*, red. Christoph Cox, Daniel Warner, słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2010.

3. Muzyka w nowych mediach

Opis:

Celem kursu jest zapoznanie studentek i studentów ze specyfiką funkcjonowania muzyki w mediach cyfrowych. Zajęcia skupiają się na najnowszych zjawiskach dotyczących obiegu muzyki w ramach platform streamingowych i mediów społecznościowych, jak również kwestii powiązanych z algorytmizacją procesów kompozycji oraz zautomatyzowanym doбором treści muzycznych w ramach popularnych praktyk odbioru. Kontekstem dla omawianych tematów będą zagadnienia dotyczące ewolucji cyfrowych formatów muzycznych oraz rozwoju współczesnych praktyk projektowych w zakresie tworzenia gier i aplikacji interaktywnych.

Treści:

Część I. Dźwiękowa przestrzeń nowych mediów

- cyfrowe technologie dźwiękowe w przestrzeni prywatnej i publicznej

Część II. Platformy cyfrowe a obieg muzycznych tekstów kultury

- muzyka w cyfrowych mediach społecznościowych
- algorytmizacja obiegu treści muzycznych
- cyfrowy obieg muzycznych treści kultury

Część III. Własność, partycypacja, współtworzenie

- kwestie autorstwa i dzielenia się muzyką w przestrzeni cyfrowej
- wybrane nowomediálne inicjatywy muzyczne

Część IV. Muzyka w grach i aplikacjach

- diegetyczne i niediegetyczne formy muzyczne
- dźwięk i muzyka jako komponenty głównej pętli interakcji
- gry cyfrowe jako platforma społecznościowego doświadczenia muzycznego

Literatura obowiązkowa:

- S. Nożyński, *Muzyka na żądanie: transformacje w obszarze kultury audialnej*. "Kultura Współczesna", 3(96): 99-109.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Praca pisemna	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: 36 • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 70
Metoda 2	Projekt	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: 16 • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na warsztatach. Dopuszczalna jedna nieusprawiedliwiona nieobecność;
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU			
-------------------------	--	--	--

Nazwa przedmiotu: Laboratoria sztuki nowych mediów		Formy: ćwiczenia warsztaty	Obligatoryjność: obowiązkowy
--	--	---	--

Kierunek studiów: Kulturoznawstwo	Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
---	---	-----------------------------------

Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: trzeci	Liczba godzin w planie studiów: 36	Liczba punktów ECTS: 6
---	---------------------------	--	-------------------------------

Składowe przedmiotu			
----------------------------	--	--	--

1. Media w perspektywie sztuki współczesnej, ćwiczenia, 12h.
2. Sztuki transmedialne: obraz, słowo, ruch, warsztaty, 24h.

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Celem przedmiotu trzonowego jest pogłębienie refleksji nad sztuką współczesną o nowe media i ich rolę w przekształcaniu zarówno praktyk tworzenia sztuki, jak jej recepcji. Studenci poznają więc relacje między sztuką współczesną a mediami, a także nabywają kompetencji wykorzystywania dzieł sztuki do poszerzania refleksji o nowych mediach. Poznając różne formy sztuki nowych mediów, poszerzają znajomość najnowszego pola artystycznego i kulturowego. Warsztaty dodatkowo kształcą kompetencje audiowizualne studentów. Przedmiot ściśle koresponduje z przedmiotami "Współczesne praktyki artystyczne" oraz "Dźwięk i muzyka w kulturze".

Efekty uczenia się		
---------------------------	--	--

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_W04	Student/ka zna wybrane współczesne zjawiska kulturowe, wytwory artystyczne i praktyki kulturowe związane z nowymi mediami i technologiami.	Metoda 1 i 2
KLT2_U07	Student/ka potrafi komunikować się z wykorzystaniem nowych technologii, w	Metoda 1

	szczegółności przygotowywać wystąpienia digital storytellingu	
KLT2_U08	Student/ka student/ka umie pracując projektowo wraz z zespołem stworzyć koncepcję dzieła sztuki, ją zaprezentować i poddać krytycznej analizie.	Metoda 2
KLT2_K05	Student/ka jest gotowa na aktywne uczestniczenie w życiu kulturalnym. Interesuje się aktualnymi wydarzeniami kulturalnymi, nowatorskimi i transmedialnymi formami wyrazu artystycznego, nowymi zjawiskami społecznymi i artystycznymi w internecie.	Metoda 1

Treści programowe

1. Media w perspektywie sztuki współczesnej

Opis:

Zajęcia mają na celu wypracowanie krytycznego spojrzenia na media (reprodukujące i reprodukowane technicznie) z perspektywy sztuki współczesnej, której dzieła bardzo często wpisują się w nurt „autotematyczny”. Artyści sięgający po aparat fotograficzny, kamerę filmową, kamerę video, telewizję, Internet starają się przeniknąć ich naturę, tak, aby być w pełni świadomym nowoczesnych środków wyrazu, adekwatnych do wyrażenia kondycji nowoczesnej i ponowoczesnej kultury. Wiedza, którą możemy uzyskać w trakcie analizy i interpretacji wybranych dzieł, stanowi istotny element kompetencji audiowizualnej.

Treści:

Część I: Wprowadzenie do autotematycznej sztuki nowych mediów

- Czym jest autotematyzm w sztuce?
- Środek jest przekazem
- (Post)auratyczność dzieła sztuki w dobie reprodukcji technicznej

Część II: Ruch

- Fotografia jako rzeczywistość nieruchoma
- Film jako rzeczywistość (pozornie) ruchoma

Część III Audio//wizualność

- Video. Obrazy energetyczne
- Twórcza destrukcja

Część IV: Dzieła autotematyczne

- Prezentacje projektów studentów i ich krytyka

Literatura obowiązkowa:

- W. Benjamin, *Dzieło sztuki w dobie reprodukowalności technicznej*, w: *Twórca jako wytwórca*, Wydawnictwo KR, Warszawa 2011.
- R. Kluszczyński, *Spoleczeństwo informacyjne. Cyberkultura. Sztuka multimedialna*, Rabid, Kraków 2002.
- J. Ranciere, *Los obrazów*, w: *Estetyka jako polityka*, Wydawnictwo krytyki politycznej, Warszawa 2007.

2. Sztuki transmedialne: obraz, słowo, ruch

Opis:

Współcześnie obraz, słowo i ruch zlewają się w transmedialnych i konwergentnych formach, kreowanych nie tylko przez świat sztuki, ale również nasze codzienne praktyki wykorzystujące media i technologie. Kurs ma na celu zaznajomić osoby studiujące z wybranymi transmedialnymi praktykami artystycznymi, które zmieniły oblicze mediów, sztuki i komunikacji, angażując odbiorców i użytkowników jako aktywnych współtwórców. Studenci będą mogli zastosować nowo pozyskaną wiedzę w praktycznych zadaniach, które rozwiną ich umiejętność operowania językiem i przestrzenią transmedialności.

Treści:

- Medium – transmedialność - postmedialność.
- Digital storytelling. Narracje transmedialne
- Projektowanie wystaw w kulturze zanurzenia.
- Medium, interfejs a forma ekspresji.
- Transmedialne performanse. Na styku nowych technologii i ruchu.

Literatura obowiązkowa:

- Dixon S., *Digital Performance, A History of New Media in Theater, Dance, Performance Art, and Installation*, The MIT Press, Cambridge 2007.
- *Sztuka i technologia w Polsce. Od cyberkomunizmu do kultury makerów*, red. A. Jelewska, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2015.
- Załuski T., *Sztuki w przestrzeni transmedialnej*, ASP im. W. Strzemińskiego w Łodzi, Łódź 2010.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Projekt cyfrowy	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: 31 • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	Praca projektowa	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: 21 • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na wszystkich zajęciach. Dopuszczalna jedna nieusprawiedliwiona nieobecność;
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i

progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Przemiany kultury, przemiany perspektyw		Formy: warsztaty ćwiczenia	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Kulturoznawstwo		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: czwarty	Liczba godzin w planie studiów: 48	Liczba punktów ECTS: 8
Składowe przedmiotu			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Humanistyka cyfrowa, warsztaty, 24h. 2. Kultura fanowska, ćwiczenia, 12h. 3. Kulturoznawstwo posthumanistyczne, ćwiczenia, 12h. 			

Miejsce przedmiotu w programie studiów
<p>Przedmiot trzonowy stanowi nie tylko kontynuację refleksji na temat przemian współczesnego świata, ale też w kontekście tych przemian lokuje samą humanistykę ukazując nie tylko sposób w jaki humanistyka opisuje zmieniającą się rzeczywistość, ale jakim zmianom sama ulega. Mamy zatem tutaj do czynienia z metarefleksją na temat kondycji nauk o kulturze i religii. Przedmiot został tak skomponowany, że uwaga skupia się na humanistyce cyfrowej, teorii i postaw badawczych związanych z kulturoznawstwem posthumanistycznym, a także na badaniach kultury fanowskiej. Studentki i studenci zapoznają się z klasycznymi przykładami tekstów teoretycznych i ich aplikacji do analizy poszczególnych zjawisk. Przedmiot zatem ogniskuje w sobie wiedzę zdobytą w ramach takich przedmiotów jak "Warsztat współczesnego humanisty", "Transformacje współczesnego świata" czy "Zrozumieć współczesność".</p>

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_W01	Student/ka zna i rozumie specyfikę kulturoznawstwa oraz jego rolę w interdyscyplinarnych badaniach prowadzonych w ramach dziedziny nauk humanistycznych i dziedziny nauk społecznych. Jest świadom/a potencjału rozwojowego dyscypliny	Metoda 1

	nauki o kulturze i religii;	
KLT2_W02	Student/ka zna w stopniu pogłębionym terminologię z zakresu kulturoznawstwa związaną z humanistyką cyfrową, kulturą fanowską i posthumanizmem;	Metoda 1
KLT2_W05	Student/ka rozumie przemiany rzeczywistości polityczno-społeczno-ekonomicznej w XX i XXI wieku, a także zna refleksję humanistyki cyfrowej i posthumanizmu nad tymi przemianami;	Metoda 2
KLT2_W06	Student/ka zna wyzwania i dylematy humanistyki XXI wieku oraz posiada szczegółową wiedzę o strategiach i praktykach kulturowych zorientowanych na projektowanie zmian społecznych, szczególnie w zakresie humanistyki cyfrowej, kultury fanowskiej i posthumanizmu;	Metoda 2
KLT2_U01	Student/ka potrafi wyszukiwać, oceniać, selekcjonować i integrować informacje z różnych źródeł istotne dla refleksji humanistyki cyfrowej, posthumanizmu i badań nad kulturą fanowską;	Metoda 2
KLT2_U02	Student/ka potrafi zastosować odpowiednie teorie, strategie i metody współczesnej humanistyki, w szczególności humanistyki cyfrowej, kultury fanowskiej i posthumanizmu, do formułowania i wypracowywania innowacyjnych rozwiązań wybranych aktualnych problemów kulturowych, związanych z wybraną sferą działalności;	Metoda 2
KLT2_K01	Student/ka jest gotów/gotowa do krytycznej oceny posiadanej wiedzy, wykorzystując do tego teorie posthumanistyczne.	Metoda 2

Treści programowe

1. Humanistyka cyfrowa

Opis:

Celem kursu jest zaznajomienie studentek i studentów z narzędziami i koncepcjami wykorzystywanymi w humanistyce cyfrowej. Krytyczny namysł nad współczesnymi tekstami kultury uzupełnia przegląd najważniejszych pojęć organizujących współczesne myślenie o przepływie (cyfrowych) danych, obecności technologii w życiu codziennym oraz metodach wspomaganą cyfrowo analizy klasycznych tekstów kultury, w tym zdigitalizowanych artefaktów dziedzictwa materialnego.

Treści:

- Współczesne oblicza humanistyki cyfrowej. Informatyka tekstualna, cyfrowe przetwarzanie danych a humanistyka cyfrowa.
- Cyfrowo wspomagane sposoby analizy tekstów kultury - przykłady narzędzi.
- Internet rzeczy i ubi-comp.
- Baza danych jako tekst kultury: dane wspomagające aktywizm społeczny i pojęcie nauki obywatelskiej.
- Afordancje: ekonomia percepcji a konkretne rozwiązania technologiczne.
- Graficzny język humanistyki cyfrowej: metody wizualizacji danych.
- Zwrot materialny w kontekście humanistyki cyfrowej.
- Współczesne perspektywy teoretyczne ujęcia nowych mediów w kontekście cyfrowym (interfejs, remediacja, technologia definiująca, media taktyczne).

Literatura obowiązkowa:

- A. Nacher, *Tkanie świata: obrazy w świecie Internetu ludzi i rzeczy*, „Kwartalnik Filmowy” 85.

2. Kultura fanowska**Opis:**

Kultura fanowska jest już dziś nie tylko ważną formą jednostkowej ekspresji, ale – wręcz – systemem kultury. Można zaryzykować stwierdzenie, że kultura współczesna (w szczególności: popularna, choć nie tylko ta) bez tego kręgu, jaki tworzy fanizm, nie istnieje. Celem zajęć będzie zatem refleksja nad wybranymi przypadkami fanizmu oraz analiza wybranych przypadków funkcjonowania kultury fanowskiej.

Treści:

- Oblicza fanizmu – przemiany kultury fanowskiej.
- Amatorzy, fani, prosumenci, kłusownicy – kim jest fan?
- Fanizm jako produkcja treści kulturowych
- Fani – subkultura - mainstream

Literatura obowiązkowa:

- J. Fiske, *Kulturowa ekonomia fandomu*, „Kultura Popularna” 2008, nr 3.
- L. Gąskowska, *Fan Fiction. Nowe formy opowieści*, Kraków 2015.

3. Kulturoznawstwo posthumanistyczne**Opis:**

Zajęcia mają na celu zaznajomienie studentek i studentów z najważniejszymi pojęciami oraz koncepcjami dotyczącymi kulturoznawstwa posthumanistycznego. W czasie kursu poruszane będą zagadnienia związane z granicami sprawczości i podmiotowości ludzi, zwierząt oraz aktorów nie-ludzkich, których kontekstem będą rozważania natury etycznej, zakorzenione we współczesnej filozofii skupionej na przedmiotach (proponującej nowe ontologie) oraz naukach przyrodniczych.

Treści:

- U źródeł posthumanizmu
- Posthumanistyczna podmiotowość
- Ekologie
- Etyka stawania się niewykrywalnym

Literatura obowiązkowa:

- R. Braidotti, *Postludzkie, arcyłudzkie. Ku nowej ontologii procesualnej*, „Machina myśli” 2018.
- B. Latour, *Czekając na Gaję. Komponowanie wspólnego świata poprzez sztukę i politykę*, „Ekologie”.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Dyskusja na zajęciach	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: 6• maksymalna liczba punktów do zdobycia: 10
Metoda 2	Projekt	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: 46• maksymalna liczba punktów do zdobycia: 90

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na warsztatach. Dopuszczalna jedna nieusprawiedliwiona nieobecność;
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Transformacje współczesnego świata		Formy: wykład ćwiczenia	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Kulturoznawstwo		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: drugi	Liczba godzin w planie studiów: 36	Liczba punktów ECTS: 6
Składowe przedmiotu			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Transformacje społeczno – polityczne współczesnego świata, wykład, 24h. 2. Nowoczesność – ponowoczesność – płynna nowoczesność, ćwiczenia, 12h. 			

Miejsce przedmiotu w programie studiów
<p>Celem przedmiotu trzonowego jest zapoznanie studentów z przemianami rzeczywistości polityczno-społeczno ekonomicznej pod koniec XX i w XXI wieku, a także przyswojenie przez nich głównych idei, prądów i trendów kształtujące refleksję nad tymi przemianami. Studenci i studentki zapoznają się z najważniejszymi tekstami teoretycznymi poświęconymi refleksji nad nowoczesnością, ponowoczesnością i płynną nowoczesnością, otrzymują narzędzia teoretyczne niezbędne do rozumienia i analizowania przemian współczesnego świata, w tym wspierające krytyczną refleksję nad przekształceniami sfery publicznej, rewolucją rzeczywistości cyfrowej, prawd i posprawdą czy stosunkiem do świata naturalnego. Przedmiot silnie koresponduje z przedmiotem "Zrozumieć współczesność".</p>

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_W02	Student/ka zna terminologię z zakresu refleksji kulturoznawczej nad (po)nowoczesnością, a także takich dyscyplin jak nauki socjologiczne i filozofia.	Metoda 1 Metoda 3
KLT2_W05	Student/ka rozumie polityczne, społeczne i ekonomiczne przemiany nowoczesności, a także zna	Metoda 1

	główne idee, prądy i trendy kształtujące refleksję nad tymi przemianami;	
KLT2_W09	Student/ka posiada wiedzę o metodach badawczych i narzędziach opisu właściwych dla nauk o kulturze, filozofii, socjologii i nauk politycznych odnoszących się do refleksji nad nowoczesnością i ponowoczesnością;	Metoda 3
KLT2_U09	Student/ka potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie, znając istotę kulturoznawczej wiedzy w ponowoczesnym świecie.	Metoda 2

Treści programowe

1. Transformacje społeczno – polityczne współczesnego świata

Opis:

Wykład wprowadza wątki związane z kulturoznawczą refleksją nad życiem społecznym, rozumieniem przemian zachodzących we współczesnym świecie, ze szczególnym uwzględnieniem zjawisk, które kształtują pole kultury współczesnej i na które odpowiadają działania animacyjne, artystyczne i aktywistyczne w tym polu. Wykład przedstawia zarówno archeologię pewnych kluczowych dla rozumienia współczesnego świata społeczno-politycznego pojęć, jak również zwraca uwagę na kluczowe debaty związane z takimi koncepcjami jak koniec historii, zderzenie cywilizacji, sfera publiczna / przeciwpubliczna, konsumpcjonizm i in. W toku dyskusji pojawi się przestrzeń na rekonstruowanie dyskursów krytycznych, jak również formułowanie własnych zarzutów wobec prezentowanych teorii i koncepcji.

Treści:

- Życie społeczne: ciągłość czy zmiana?
- Zderzenie cywilizacji czy koniec historii? Zmiany geopolityczne w XX i XXI wieku.
- Zmiany ludnościowe i demograficzne współczesnego świata.
- Sfera publiczna: demokracja, demokratyzacja, totalitaryzmy, populizm.
- Kapitalizm – Zmiany w gospodarce XX i XXI wieku.
- Przemiany społeczne: nierówności
- Obywatele a konsumenci

Literatura obowiązkowa:

- G. Therborn, *Nierówność, która zabija*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2015.
- S. P. Huntington, *Zderzenie cywilizacji i nowy kształt ładu światowego*. Zysk i S-ka Warszawa 2000.
- K. Pobłocki, *Kapitalizm. Historia krótkiego trwania*, Wydawnictwo Bęc Zmiana, Warszawa 2017.

2. Nowoczesność – ponowoczesność – płynna nowoczesność

Opis:

Zajęcia zapoznają studentów z nowoczesną, późno-nowoczesną i ponowoczesną myślą krytyczną obecną w zachodniej humanistyce w wieku XX i na początku XXI. Przedstawiane teorie będą omawiane zarówno jako wytwory nowoczesności i ponowoczesności, jak strategie ich kwestionowania. Lektury wybrano z trans-dyscyplinarnego zbioru obejmującego takie dyscypliny jak filozofia, nauki społeczne, nauki o sztuce i literaturze. W toku dyskusji teorie te zostaną umieszczone w kontekście wielowymiarowej formacji społeczno-kulturowej, i występujących w niej zjawisk politycznych, społecznych, gospodarczych czy estetycznych.

Treści:

- czym jest nowoczesność: główne idee, apologety i krytycy nowoczesności
- społeczeństwo spektaklu wczoraj i dziś
- czym jest ponowoczesność, z jakimi tendencjami się wiąże
- biowładza i biopolityka - nekropolityka
- płynna nowoczesność

Literatura obowiązkowa:

- Th. Adorno, M. Horkheimer, *Dialektyka oświecenia*, Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa 1994 (fragmenty).
- G. Debord, *Spoleczeństwo spektaklu*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 2006 (fragmenty).
- J.-F. Lyotard *Odpowiedź na pytanie: co to jest postmodernizm? w: Postmodernizm, Antologia przekładów*, Universitas, Kraków 1996.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Prezentacja na zajęciach	<ul style="list-style-type: none"> ● zdobycie minimalnej liczby punktów: 11 ● maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 2	Debata - przygotowanie i udział	<ul style="list-style-type: none"> ● zdobycie minimalnej liczby punktów: 11 ● maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 3	Praca pisemna	<ul style="list-style-type: none"> ● zdobycie minimalnej liczby punktów: 31 ● maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na ćwiczeniach i wykładzie. Dopuszczalna jedna

nieusprawiedliwiona nieobecność.

- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU			
------------------	--	--	--

Nazwa przedmiotu: Warsztat badawczy		Formy: warsztaty ćwiczenia	Obligatoryjność: obowiązkowy
---	--	---	--

Kierunek studiów: Kulturoznawstwo		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
---	--	---	-----------------------------------

Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: pierwszy	Liczba godzin w planie studiów: 48	Liczba punktów ECTS: 7
---	-----------------------------	--	-------------------------------

Składowe przedmiotu			
---------------------	--	--	--

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Empiryczne techniki badawcze, warsztaty, 24h. 2. Analiza kulturowa i interpretacja, ćwiczenia, 24h. |
|---|

Miejsce przedmiotu w programie studiów
--

<p>Przedmiot trzonowy, pogłębiający wiedzę studentów z zakresu dyscypliny nauki o kulturze i religii. W trakcie zajęć studenci i studentki poznają interdyscyplinarny wymiar kulturoznawstwa, jego główne założenia, zaawansowaną terminologię, potencjał badawczy, a także możliwości wykorzystania kulturoznawczej wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych do identyfikowania wyzwań i rozwiązywania dylematów humanistyki XXI wieku. Przedmiot jest kluczowy pod względem wyposażania studentów i studentek w kompetencje niezbędne w trakcie kulturoznawczych studiów drugiego stopnia, w tym przede wszystkim podczas pisania pracy dyplomowej. Silnie koresponduje z "Warsztatem badawczym" realizowanym w tym samym semestrze.</p>

Efekty uczenia się		
--------------------	--	--

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_W01	Student/ka zna i rozumie specyfikę analizy kulturowej oraz jej interdyscyplinarny potencjał badawczy;	Metoda 1
KLT2_W09	Student/ka w zna i potrafi wykorzystać w pracy badawczej konkretne jakościowe metody i narzędzia badawcze, takie jak różnorodne scenariusze wywiadu	Metoda 2

	indywidualnego i grupowego, narzędzia obserwacji uczestniczącej i uczestniczącej, narzędzia służące ewaluacji badań jakościowych i ich weryfikacji;	
KLT2_W09	Student/ka posiada wiedzę o analizie i interpretacji jako praktykach badawczych właściwych dla nauk o kulturze i religii oraz innych wybranych dyscyplin z dziedziny nauk humanistycznych;	Metoda 1
KLT2_U01	Student/ka wyszukiwać, oceniać, selekcjonować i integrować informacje z różnych źródeł (dane zastane, dane wywołane w trakcie badań jakościowych) oraz posłużyć się nimi jako kontekstem analizując i interpretując tekst kultury;	Metoda 1
KLT2_U03	Student/ka potrafi samodzielnie i w grupie planować i realizować badania jakościowe przy wykorzystaniu różnorodnych jakościowych narzędzi badawczych oraz tworzyć komunikatywne raporty badawcze;	Metoda 2
KLT2_U04	Student/ka potrafi samodzielnie formułować i weryfikować hipotezy oraz argumentować z wykorzystaniem poglądów innych autorów;	Metoda 1
KLT2_U04	Student/ka potrafi formułować i weryfikować hipotezy interpretacyjne;	Metoda 1
KLT2_U05	Student/ka potrafi napisać i zredagować esej będący interpretacją tekstu naukowego spełniający pod względem merytorycznym i formalnym standardy akademickie;	Metoda 1
KLT2_U06	Student/ka potrafi wyszukiwać i selekcjonować informacje - wykorzystując do tego różne narzędzia pozyskiwania danych i wiedzy - oraz dokonywać ich krytycznej i wielopoziomowej analizy. Potrafi także zaprezentować tę wiedzę kręgom odbiorców o różnych kompetencjach kulturowych;	Metoda 2
KLT2_K01	Student/ka jest gotów/gotowa do krytycznej i wnikliwej oceny posiadanej i zdobywanej wiedzy oraz praktycznych jej zastosowań.	Metoda 1

Treści programowe

1. Empiryczne techniki badawcze

Opis: Program warsztatów obejmuje dwa rodzaje zadań. Studenci zapoznają się z materiałem teoretycznym dotyczącym badań prowadzonych w ramach nauk społecznych – mają okazję zetknąć się z pomysłami i osiągnięciami poprzedników, oraz przyjrzeć się bliżej dostępnym metodom i technikom przez nich wypracowanym na konkretnych przykładach. Druga część

zajęć poświęcona zostanie przygotowaniu projektów badawczych w oparciu o wybrane metody – w ten sposób Studenci będą mogli w praktyce zmierzyć się z wyzwaniem, jakim jest skuteczne przełożenie własnych zainteresowań na właściwie postawiony problem badawczy oraz empiryczna próba weryfikacji swoich założeń o świecie społecznym.

Treści:

Część I. Paradygmaty badawcze – od “antropologii biblijnej” do teorii ugruntowanej:

- “antropologia biblijna”;
- ewolucjonizm;
- funkcjonalizm;
- antropologia i kolonializm;
- specyfika polskiej etnografii i ludoznawstwa;
- strukturalizm;
- Szkoła Chicagowska;
- interakcjonizm symboliczny;
- antropologia interpretatywna;
- badania aktywizujące – badania w działaniu (Action Research);
- teoria ugruntowana.

Część II. Triangulacja: metod – danych – badaczy – metody i narzędzia pozyskiwania danych:

- scenariusze wywiadu: od IDI (wywiady ustrukturyzowane - pół-ustrukturyzowane - częściowo skategoryzowane - narracyjno-tematyczne - wywiady swobodne) do GFI (eksperyckie – konfliktowe – kreatywne);
- różne rodzaje obserwacji jako metody badawcze;
- rola i znaczenie dziennika badawczego;
- sposoby pozyskiwania danych zastanych;
- przyjmowanie określonych ról przez badaczy;
- błąd ekologiczny - błąd indywidualizmu - błąd doboru próby - błąd czasu pomiaru i in.;
- etyczne wymiary badań jakościowych;
- przygotowanie planu badawczego.

Część III. Przeprowadzenie badań i przygotowanie raportu badawczego:

- opracowanie materiału badawczego - transkrypcje, fotografie, filmy, nagrania audio;
- metody analizy danych zastanych i danych wywołanych;
- kodowanie i mapy mentalne;
- sposoby tworzenia raportów badawczych i prezentacji multimedialnych z wykorzystaniem narzędzi i technik wizualnych.

Literatura obowiązkowa:

- E. Babbie, Badania społeczne w praktyce, PWN, Warszawa 2003 (wybrane fragmenty).
- M. Hammerslay, P. Atkinson, Metody badań terenowych, Zysk i S-ka, Poznań 2000 (fragmenty).
- K. Charmaz, Teoria Ugruntowana. Praktyczny przewodnik po analizie jakościowej. PWN, Warszawa 2009. (fragmenty).

2. Analiza kulturowa i interpretacja

Opis:

Celem kursu jest poszerzenie kompetencji studentów i studentek z analizy i interpretacji tekstów kultury o wymiar interdyscyplinarny. Nie tylko przez uświadomienie uczestnikom i uczestniczkom zajęć, że interpretacja jako naukowa praktyka, niegdyś typowa tylko dla teorii i krytyki sztuki (zwłaszcza literatury) obejmuje dziś coraz większe obszary, stając się

powszechna w takich dziedzinach jak historia, antropologia, prawo, ale przede wszystkim przez wyposażenie ich w metody i narzędzia pozwalające na czytanie kultury “w poprzek”, epok, teorii, obszarów badawczych i dyscyplin. Uwaga zostanie skoncentrowana na koncepcji wędrujących pojęć Mieke Bal i na zaproponowanej przez nią analizie kulturowej.

Treści:

Część I. Wprowadzenie.

- Zwroty hermeneutyczne w humanistyce
- Czy interpretacja istnieje? (S. Fish)

Część II. Analiza kulturowa

- Koncepcja wędrujących pojęć Mieke Bal
- Słowo i obraz jako wędrujące pojęcia
- Analiza kulturowa w działaniu - warsztaty

Część III. Przeciw interpretacji

- Etyka interpretacji
- Granice interpretacji

Literatura obowiązkowa:

1. M. Bal, *Wędrujące pojęcia w naukach humanistycznych. Krótki przewodnik*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2012 (wybrane rozdziały).
2. J. Culler, *Literatura w teorii*, Universitas, Kraków 2013 (fragmenty).
3. Fish S., *Interpretacja, retoryka, polityka. Eseje wybrane*, Universitas, Kraków 2008 (fragmenty).

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Praca pisemna	<ul style="list-style-type: none"> ● zdobycie minimalnej liczby punktów: 26 ● maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 2	Projekt badawczy	<ul style="list-style-type: none"> ● zdobycie minimalnej liczby punktów: 26 ● maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na warsztatach i ćwiczeniach. Dopuszczalna jest jedna nieusprawiedliwiona nieobecność na każdym z przedmiotów;
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Warsztat współczesnego humanisty		Formy: wykład ćwiczenia	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Kulturoznawstwo		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: pierwszy	Liczba godzin w planie studiów: 36	Liczba punktów ECTS: 6
Składowe przedmiotu			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategie badawcze we współczesnej humanistyce, wykład, 24h. 2. Wyzwania humanistyki XXI wieku, ćwiczenia, 12h. 			

Miejsce przedmiotu w programie studiów
<p>Przedmiot trzonowy, pogłębiający umiejętności badawcze studentów właściwe dla dyscypliny nauki o kulturze i religii. Przedmiot składa się z dwóch kursów. Celem pierwszego jest rozszerzenie kompetencji studentów i studentek z zakresu empirycznych technik badawczych. Celem drugiego nauczenie studentów i studentek wykorzystywania interdyscyplinarnego potencjału badawczego jakie stwarzają analiza kulturowa oraz interpretacja. Przedmiot jest kluczowy pod względem wyposażenia studentów i studentek w kompetencje niezbędne w trakcie kulturoznawczych studiów drugiego stopnia, w tym przede wszystkim podczas pisania pracy dyplomowej. Silnie koresponduje z "Warsztatem współczesnego humanisty" realizowanym w tym samym semestrze.</p>

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_W01	Student/ka zna i rozumie specyfikę kulturoznawstwa oraz jego rolę w interdyscyplinarnych badaniach prowadzonych w ramach antropologii społeczno-kulturowej;	Metoda 2
KLT2_W02	Student/ka pogłębia zaawansowaną terminologię z zakresu zwrotów kulturowych w humanistyce;	Metoda 2
KLT2_W03	Student/ka pogłębia podbudowaną teoretycznie	Metoda 1

	wiedzę obejmującą teorię postkolonialną, ukierunkowaną na zastosowanie w praktyce;	
KLT2_W06	Student/ka zna wyzwania i dylematy związane z teorią postkolonialną oraz posiada szczegółową wiedzę o strategiach i praktykach kulturowych zorientowanych na projektowanie zmian społecznych, w szczególności tych związanych z zarządzaniem negatywnymi efektami praktyk kolonialnych oraz globalizacji;	Metoda 1
KLT2_W09	Student/ka posiada wiedzę między innymi o hermeneutyce i fenomenologii i specyficznych dla nich metodach badań;	Metoda 2
KLT2_U02	Student/ka potrafi zastosować teorię postkolonialną, do formułowania i wypracowywania rozwiązań wybranych aktualnych problemów kulturowych;	Metoda 1
KLT2_K01	Student/ka jest gotowy/gotowa do krytycznej oceny posiadanej, zdobywanej oraz wytwarzanej przez siebie wiedzy, dzięki poznaniu koncepcji semiotyki oraz metody autorefleksyjności w badaniach;	Metoda 2
KLT2_K02	Student/ka jest gotowa/gotów do uznania roli zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem danego problemu, w szczególności takiego, w którym uczestniczą osoby innej płci, rasy lub klasy społecznej niż student/ka.	Metoda 1

Treści programowe
1. Strategie badawcze we współczesnej humanistyce
<p>Opis: Wykład będzie prezentacją wybranych strategii, teorii i metod współczesnej humanistyki (w szczególności kulturoznawstwa i antropologii społeczno-kulturowej), które obszarem zainteresowań obejmują problematykę kultury i społeczeństwa nowoczesnego oraz ponowoczesnego. Prześledzone zostaną podejścia bardziej tradycyjne (semiotyka kultury, metoda strukturalna, fenomenologia i hermeneutyka kultury) oraz kolejne zwroty – refleksyjny, obrazowy, pamięciowy, postkolonialny, biologiczny, genderowy i transkulturowy, aby przyjrzeć się, do jakich efektów poznawczych prowadzą i jakie sfery naszej rzeczywistości starają się ogarnąć.</p>
<p>Treści:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Kultura jako przedmiot badań. ● Kultura jako mechanizm semiotyczny. ● Hermeneutyka i fenomenologia. ● Refleksyjność i badania tekstów kultury. ● Słowa i obrazy w dzisiejszym świecie. ● Pamięć – tradycja – zapomnienie. ● Postkolonializm jako soczewka teoretyczno-badawcza. ● Globalizacja i jej lokalne konsekwencje. ● Badania kultury cyfrowej.

Literatura obowiązkowa:

- D. Bachmann-Medick, *Cultural Turns. Nowe kierunki w naukach o kulturze*, Warszawa 2012.
- W. Burszta, *Świat jako więzienie kultury. Pomyślenia*, Warszawa 2008.

2. Wyzwania humanistyki XXI wieku**Opis:**

Celem zajęć jest pogłębienie wiedzy o teorii i metodologii postkolonialnej oraz wykorzystanie ich jako soczewki przy analizie i interpretacji tekstów kultury wizualnej. Powstałe teorie i metody badawcze w ramach tzw. zwrotu postkolonialnego stanowią jedną z odpowiedzi humanistyki na wyzwania, z którymi mierzy się świat w XXI wieku (globalizacja, masowe migracje, dyskryminacja, nierówności ze względu na płeć, pochodzenie, kolor skóry etc.).

Treści:

- Postkolonializm - rasa, wiedza i władza
- Postkolonializm - terytorium, granica, mur
- Wyzwania współczesności: globalne migracje, problemy azylowe
- Problematyka feminizmu postkolonialnego
- Globalizacja z perspektywy postkolonialnej

Literatura obowiązkowa:

- R.J.C. Young, *Postkolonializm. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2012.
- A. Assmann, *Wprowadzenie do kulturoznawstwa*. Poznań 2015 (wybrane rozdziały).

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Kolokwium	<ul style="list-style-type: none">● zdobycie minimalnej liczby punktów: 16● maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30
Metoda 2	Praca pisemna	<ul style="list-style-type: none">● zdobycie minimalnej liczby punktów: 36● maksymalna liczba punktów do zdobycia: 70

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na ćwiczeniach. Dopuszczalna jedna nieusprawiedliwiona nieobecność;
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU			
-------------------------	--	--	--

Nazwa przedmiotu: Współczesne praktyki artystyczne		Formy: konwersatorium	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Kulturoznawstwo		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: trzeci	Liczba godzin w planie studiów: 36	Liczba punktów ECTS: 6

Składowe przedmiotu			
----------------------------	--	--	--

1. Współczesne praktyki artystyczne: między sztuką a kulturą popularną, konwersatorium, 12h.
2. Współczesne praktyki artystyczne: między instalacją a performensem, konwersatorium, 12h.
3. Współczesne praktyki artystyczne: między pracownią a laboratorium, konwersatorium, 12h.

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Celem przedmiotu trzonowego jest pogłębienie wiedzy studentów i studentek o bogatym polu współczesnych praktyk artystycznych w jego licznych wymiarach. Uczestnicy i uczestniczki poznają więc nieoczywiste relacje między sztuką współczesną a kulturą popularną. Na wybranych przykładach analizują rozwój praktyk artystycznych od sztuki instalacji (jej początków w praktykach awangardowych) po performance. Wreszcie, zapoznają się z dynamiką powstawania prac artystycznych i procesem twórczym, poznając różne formy uprawiania sztuki czy to jako badania, odzwierciedlania czy krytykowania świata zewnętrznego. Przedmiot ściśle koresponduje z przedmiotami "Laboratoria sztuki nowych mediów" oraz "Dźwięk i muzyka w kulturze".

Efekty uczenia się		
---------------------------	--	--

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_W02	Student/ka ma uporządkowaną i pogłębioną wiedzę szczegółową obejmującą relacje kultury artystycznej i popularnej;	Metoda 1

KLT2_W09	Student/ka ma rozszerzoną wiedzę o człowieku jako twórcy sztuk;	Metoda 1 Metoda 2
KLT2_U08	Student/ka posiada umiejętność merytorycznego argumentowania z wykorzystaniem własnych poglądów oraz poglądów innych autorów, formułowania własnych wniosków oraz tworzenia syntetycznych podsumowań, szczególnie w kontekście dyskusji o współczesnych praktykach i wytworach artystycznych;	Metoda 2
KLT2_K05	Student/ka aktywnie uczestniczy w działaniach na rzecz poszerzenia społecznej wiedzy na temat dziedzictwa sztuki popularnej;	Metoda 3
KLT2_K06	Student/ka systematycznie uczestniczy w życiu kulturalnym, interesuje się aktualnymi wydarzeniami kulturalnymi, nowatorskimi formami wyrazu artystycznego, nowymi zjawiskami społecznymi i artystycznymi.	Metoda 3

Treści programowe
1. Współczesne praktyki artystyczne: między sztuką a kulturą popularną
<p>Opis: Konwersatorium poświęcone jest obecności kultury popularnej w sztuce, którą zwykło się utożsamiać z tak zwaną „kulturą wysoką”. Spotkania będą okazją do sprawdzenia czy niegdysiejszy spór o wartość kultury popularnej został rozstrzygnięty czy też nadal polaryzuje środowisko akademickie (i nie tylko akademickie). Pozwolą także sprawdzić, czy emancypacyjny potencjał sztuki popularnej zniknął, czy wręcz przeciwnie kultura popularna jest dziś znacznie bardziej transgresyjna niż klasyczna awangarda.</p>
<p>Treści:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● relacja kultura wysoka/popularna/ludowa ● emancypacyjny potencjał sztuki (w tym popularnej) ● popart ● kultura popularna a krytyka sztuki
<p>Literatura obowiązkowa:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● T. Majewski, red. <i>Rekonfiguracje modernizmu. Nowoczesność i kultura popularna</i>, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Łódź 2008 ● A. Kłoskowska, red, <i>Kultura masowa</i>, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002 (fragmenty) ● R. Shusterman, <i>Estetyka pragmatyczna</i>, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1998
2. Współczesne praktyki artystyczne: między instalacją a performansem

Opis:

Podczas konwersatorium studentki i studenci poznają najważniejsze zjawiska sztuki współczesnej lokujące się między praktykami związanymi z szeroko pojętą instalacją i environment a performansem. Będą zarówno oglądać dzieła sztuki najnowszej, jak zapoznawać się z towarzyszącą im krytyką i teoriami. Oprócz poznawania najważniejszych artystek/ów i tendencji zastanowią się nad znaczeniem ciała i cielesności, przestrzeni, obiektu, materialności, zmysłowości, obecności, dokumentacji, etc. Przyjrzą się zmieniającym się w II połowie XX i na początku XXI wieku praktykom odbioru sztuki, jak również jej roli w świecie społeczno-politycznym.

Treści:

- instalacja
- performance
- partycypacja
- ciało i cielesność w sztuce najnowszej

Literatura obowiązkowa:

- N. Bourriaud, *Estetyka relacyjna*, MOCAK, Kraków 2012
- *A Companion to Contemporary Art since 1945*, red. A. Jones, Wiley-Blackwell, Oxford 2006
- *Performans*, red. J. Zielińska, CSW Zamek Ujazdowski, Warszawa 2020

3. Współczesne praktyki artystyczne: między pracownią a laboratorium**Opis:**

Podczas konwersatorium studentki i studenci poznają najważniejsze zjawiska rozgrywające się na styku sztuki współczesnej i nauki, w tym medycyny, biologii i chemii. Będą zarówno przyglądać się poszczególnym projektom artystycznym i artystyczno-badawczym, jak zapoznawać się z towarzyszącą im krytyką i teoriami. Oprócz poznawania najważniejszych artystek/ów i tendencji zastanowią się nad znaczeniem ciała i cielesności, medycyny, zmysłowości, etyki, etc. Przyjrzą się zmieniającym się w II połowie XX i na początku XXI wieku relacjom sztuka-nauka.

Treści:

- Relacje sztuki i medycyny
- Bioetyka
- Sztuka posthumanistyczna
- Nekropolityka

Literatura obowiązkowa:

- M. Bakke, *Bio-transfiguracje. Sztuka i estetyka posthumanizmu*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2010
- J. Jeśman, *Żywa sztuka. Wielowymiarowość bioartu w kontekście posthumanistycznym*, SEDNO, Warszawa 2015
- R. Kluszczyński (red.), *W stronę trzeciej kultury. Koegzystencja sztuki, nauki i technologii*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2011.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	prezentacja na zajęciach	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: 21 maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 2	praca pisemna	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: 21 • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 3	udział w debacie	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: 11 • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na konwersatoriach. Dopuszczalna jedna nieusprawiedliwiona nieobecność.
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Zrozumieć współczesność		Formy: wykład konserwatorium	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Kulturoznawstwo		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: drugi	Liczba godzin w planie studiów: 36	Liczba punktów ECTS: 6
Składowe przedmiotu			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Polska – Europa – Świat, wykład, 24h. 2. Strategie emancypacyjne, konserwatorium, 12h. 			

Miejsce przedmiotu w programie studiów
<p>Uwaga w tym przedmiocie trzonowym skupia się na rozumieniu relacji przemian w Polsce, w Europie i przemian świata globalnego, a także na teoriach emancypacyjnych. Studentki i studenci zapoznają się z wybranymi klasycznymi przykładami teorii emancypacyjnych, studiują postawy zaangażowana w obrębie współczesnej humanistyki oraz śledzą ewolucję tendencji prorównościowych w XX i XXI wieku. Wzbogacają refleksję na temat przemian w rozmaitych obszarach życia społecznego i kulturowego w perspektywie porównawczej i operują teoriami, które te zmiany wytworzyły i na które reagowały. Uczą się sposobów przekładania wiedzy na oddziaływanie pozaakademickie. Przedmiot silnie koresponduje z przedmiotem "Transformacje współczesnego świata".</p>

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_W03	Student/ka posiada uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą kluczowe dla historii emancypacji kobiet zagadnienia, ukierunkowaną na zastosowanie w praktyce;	Metoda 2

KLT2_W05	Student/ka rozumie przemiany rzeczywistości polityczno-społeczno-ekonomicznej w XX i XXI wieku w Polsce i Europie, a także zna główne idee, prądy i trendy kształtujące refleksję nad tymi przemianami;	Metoda 1
KLT2_W06	Student/ka pogłębia znajomość wyzwań i dylematów humanistyki XXI wieku związane z emancypacją kobiet; posiada szczegółową wiedzę o strategiach i praktykach kulturowych mających na celu emancypację kobiet;	Metoda 2
KLT2_K03	Student/ka jest gotów/gotowa do podejmowania inicjatyw wspierających różnorodność kulturową oraz popularyzujących postawę szacunku wobec odmienności kulturowej dzięki znajomości i umiejętności wykorzystania teorii interseksyjności;	Metoda 2
KLT2_K06	Student/ka jest gotowa do działania na rzecz wdrażania zasad prorównościowych w środowisku pracy.	Metoda 2

Treści programowe
1. Polska – Europa – Świat
<p>Opis: Celem zajęć jest wprowadzenie słuchaczy w zagadnienie społecznej i politycznej rzeczywistości przełomu XX i XXI wieku. W ramach zajęć zaprezentowane zostaną aspekty kluczowych, globalnych wydarzeń wraz z ich oddziaływaniem na Europę oraz Polskę i jej społeczeństwo. Równoległe, poruszone zostanie zagadnienie ewolucji sposobów myślenia o Polsce, Europie i świecie, a także procesach historycznych, które na nie wpływają.</p>
<p>Treści:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Zmiany klimatyczne w kontekście przyszłości. ● Współczesne konflikty geopolityczne i ich wpływ na zmiany społeczne i polityczne. ● Technologie zmieniające codzienność w wymiarze lokalnym i globalnym. ● Tożsamość kulturowa.
<p>Literatura obowiązkowa:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● M. Castells, <i>Siła tożsamości</i>, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008. ● E. Hobsbawm, <i>Wiek skrajności. Spojrzenie na krótkie XX stulecie</i>, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2018. ● T. Piketty, <i>Kapitał w XXI wieku</i>, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2015.

2. Strategie emancypacyjne

Opis:

Dyskurs genderowy i feministyczny należą do jednych z najważniejszych emancypacyjnych nurtów teoretycznych ostatniego wieku. W trakcie ćwiczeń studenci i studentki śledzą najistotniejsze momenty namysłu nad koncepcją płci kulturowo-społecznej i umiejscawiają je w szerszym kontekście strategii emancypacyjnych.

Treści:

- Gender: teoria i praktyka.
- Emancypacja kobiet.
- Herstorie.
- Intersekcjonalność.

Literatura obowiązkowa:

- K. Millet. *Teoria polityki płciowej* w: Teresa Hołówka, ed. *Nikt nie rodzi się kobietą*. 1982 .
- J. W. Scott. *Gender jako przydatna kategoria analizy historycznej*. *The American Historical Review*, Vol. 91, No. 5. (Dec., 1986). str. 1053-1075. Tłum. Agata Czarnacka.
- J. Acker. *Przeobrażanie kategorii klasy, rasy i płci. Feministyczne przemyślenia*. Tłum. Katarzyna Gawlicz. Biblioteka Online Think Tanku Feministycznego [2000] 2009.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Projekt grupowy	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: 36• maksymalna liczba punktów do zdobycia: 70
Metoda 2	Prezentacja grupowa	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: 16• maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na konwersatorium. Dopuszczalna jedna nieusprawiedliwiona nieobecność;
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

Przedmioty do wyboru

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Seminarium magisterskie I		Formy: seminarium dyplomowe	Obligatoryjność: pula przedmiotów do wyboru
Kierunek studiów: Kulturoznawstwo		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: trzeci	Liczba godzin w planie studiów: 24	Liczba punktów ECTS: 6

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Seminarium magisterskie stanowi zwieńczenie i podsumowanie całego programu studiów. Poprzez realizację projektu pogłębia się na nim wiedzę, umiejętności i kompetencje, zdobyte na wcześniejszych zajęciach. W toku pracy nad pracą magisterską studenci i studentki analizują wybrane zjawisko/a kultury współczesnej z wykorzystaniem poznanych wcześniej teorii naukowych i metod badawczych. Pierwszy semestr seminarium przygotowuje studentów i studentki do zaplanowania i realizacji projektu magisterskiego we współpracy z promotorką/em. Seminarium ma swoją kontynuację w czwartym semestrze.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_W01	Student/ka zna i rozumie specyfikę kulturoznawstwa i potrafi to wykorzystać w konstruowaniu planu pracy magisterskiej i realizowaniu go;	Metoda 1
KLT2_W02	Student/ka posługuje się aparatem pojęciowym charakterystycznym dla kulturoznawstwa i jest w stanie wykorzystać go w procesie formułowania problemu badawczego i pisania pracy magisterskiej;	Metoda 2
KLT2_W09	Student/ka zna metody i narzędzia adekwatne dla badań kulturoznawczych i nauk spokrewnionych i wykorzystuje je w pisaniu pracy magisterskiej;	Metoda 2

KLT2_U01	Student/ka potrafi opracować zebrane informacje z różnorodnych źródeł i je uporządkować, oraz dokonać ich krytycznej oceny na użytek pisania pracy magisterskiej;	Metoda 1
KLT2_U03	Student/ka potrafi opracować plan badawczy oraz go zrealizować, dobierając adekwatne narzędzia badawcze, a także dokonać analizy zebranego materiału badawczego z zakresu badania kultury współczesnej;	Metoda 2
KLT2_U04	Student/ka potrafi opracować problem badawczy, cel badawczy, opracować listę pytań badawczych oraz formułować hipotezy dla prostych problemów badawczych w ramach pisania pracy magisterskiej;	Metoda 1
KLT2_U11	Student/ka potrafi korzystać z literatury przedmiotu także w wersji angielskiej na użytek pisania pracy magisterskiej;	Metoda 1 Metoda 2
KLT2_K01	Student/ka jest gotowa/y do autokrytyki własnej pracy i poziomu swojej wiedzy w kontekście pisania pracy magisterskiej;	Metoda 2
KLT2_K02	Student/ka jest gotowa/y do współpracy z ekspertami z różnych dziedzin przy projektach badawczych rozumiejąc rolę i znaczenie wiedzy kulturoznawczej w kontekście pisania pracy magisterskiej.	Metoda 1

Treści programowe

Opis:

Celem seminarium jest wspólny namysł i dyskusja nad projektami prac magisterskich uczestników seminarium. Tematy prac zostaną ustalone z każdą uczestniczką i każdym uczestnikiem indywidualnie. Mogą one obejmować zagadnienia związane z kulturą współczesną, mediami, kulturą wizualną, pamięcią kulturową, kulturą popularną, ekonomiką kultury, praktykami emancypacyjnymi i zaangażowanymi w polu kultury i sztuki współczesnej, zagadnieniami kultury współczesnej w perspektywie społeczno-politycznej. Uczestniczki i uczestnicy seminarium indywidualnie pracują nad swoimi rozprawami i regularnie prezentują wyniki swoich prac publicznie (na forum grupy), co pozwoli kształtować kulturę dyskusji, szlifować umiejętności argumentowania, uzasadniania i obrony własnych hipotez, doskonalić warsztat retoryczny. Istotną częścią seminarium będą także konsultacje indywidualne, dobór literatury przedmiotowej, konstruowanie wyводу i dobór adekwatnych obiektów analiz (w tym także analiz porównawczych). Podczas seminarium uczestnicy i uczestniczki pracują z metodami i narzędziami badawczymi właściwymi dla nauk o kulturze; doskonalią syntetyczne i krytyczne myślenie, warsztat retoryczny i poetykę tekstu naukowego.

Treści:

Zadania do wykonania:

- Sporządzenie planu pracy;
- Opracowanie problemu, celu, pytań i hipotez badawczych, nakreślenie szczegółowego konspektu pracy oraz przygotowanie kwerendy bibliotecznej;
- Opracowanie pierwszej wersji części teoretycznej;
- Przygotowanie narzędzi badawczych;
- Rozpoczęcie działań badawczych.

Literatura obowiązkowa:

- E. Babbie, *Badania społeczne w praktyce*. Warszawa 2003.
- P. Siuda, P. Wasylczyk, *Publikacje naukowe. Praktyczny poradnik dla studentów, doktorantów i nie tylko*, Warszawa 2018.
- R. Zenderowski, *Techniki pisania prac magisterskich i licencjackich*, Warszawa 2020.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Opracowanie problemu, celu, pytań i hipotez badawczych, sformułowanie szczegółowego konspektu pracy oraz przygotowanie kwerendy bibliotecznej	<ul style="list-style-type: none">● zdobycie minimalnej liczby punktów: 27● maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 2	Opracowanie części teoretycznej	<ul style="list-style-type: none">● zdobycie minimalnej liczby punktów: 27● maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50

Ocena końcowa

Semestr seminarium kończy się oceną.

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na seminarium - dopuszczalne są dwie nieusprawiedliwione nieobecności;
- oddanie części pracy zgodnie z harmonogramem - zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

W przypadku niezłożenia przez studenta pracy w terminie określonym w Szczegółowych Zasadach Studiowania wykładowca jest zobligowany do wystawienia oceny niedostatecznej, a student zobowiązany do złożenia podania z prośbą o powtórzenie ostatniego semestru seminarium.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Seminarium magisterskie II		Formy: seminarium dyplomowe	Obligatoryjność: pula przedmiotów do wyboru
Kierunek studiów: Kulturoznawstwo		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: czwarty	Liczba godzin w planie studiów: 24	Liczba punktów ECTS: 6

Miejsce przedmiotu w programie studiów
<p>Seminarium magisterskie stanowi zwieńczenie i podsumowanie całego programu studiów. Poprzez realizację projektu pogłębia się na nim wiedzę, umiejętności i kompetencje, zdobyte na wcześniejszych zajęciach. W toku pracy nad pracą magisterską studenci i studentki analizują wybrane zjawisko/a kultury współczesnej z wykorzystaniem poznanych wcześniej teorii naukowych i metod badawczych. Drugi semestr seminarium jest kontynuacją realizacji projektu magisterskiego we współpracy z promotorką/em, którą wieńczy złożenie pracy magisterskiej.</p>

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_W01	Student/ka zna i rozumie specyfikę kulturoznawstwa i potrafi to wykorzystać w pisaniu pracy magisterskiej i realizowaniu go;	Metoda 2
KLT2_W02	Student/ka posługuje się aparatem pojęciowym charakterystycznym dla kulturoznawstwa i jest w stanie wykorzystać go w procesie formułowania problemu badawczego i pisania pracy magisterskiej;	Metoda 2
KLT2_W09	Student/ka zna metody i narzędzia adekwatne dla badań kulturoznawczych i nauk spokrewnionych i wykorzystuje je w pisaniu pracy magisterskiej;	Metoda 1
KLT2_U01	Student/ka potrafi opracować zebrane informacje z różnorodnych źródeł i je uporządkować, oraz dokonać ich krytycznej oceny na użytek pisania pracy magisterskiej;	Metoda 2

KLT2_U03	Student/ka potrafi opracować plan badawczy oraz go zrealizować, dobierając adekwatne narzędzia badawcze, a także dokonać analizy zebranego materiału badawczego z zakresu badania kultury współczesnej;	Metoda 2
KLT2_U04	Student/ka potrafi opracować problem badawczy, cel badawczy, opracować listę pytań badawczych oraz formułować hipotezy dla prostych problemów badawczych w ramach pisanie pracy magisterskiej;	Metoda 2
KLT2_U11	Student/ka potrafi korzystać z literatury przedmiotu także w wersji angielskiej na użytek pisanie pracy magisterskiej;	Metoda 1
KLT2_K01	Student/ka jest gotowa/y do autokrytyki własnej pracy i poziomu swojej wiedzy w kontekście pisanie pracy magisterskiej;	Metoda 2
KLT2_K02	Student/ka jest gotowa/y do współpracy z ekspertami z różnych dziedzin przy projektach badawczych rozumiejąc rolę i znaczenie wiedzy kulturoznawczej w kontekście pisanie pracy magisterskiej.	Metoda 2

Treści programowe

Opis:

Seminarium magisterskie II jest kontynuacją seminarium rozpoczętego w poprzednim semestrze. W trakcie spotkań z promotorem studenci i studentki konsultują postępy prac, przedstawiają na forum fragmenty tekstu, które są przedmiotem dyskusji. Seminarium wieńczy złożenie pracy dyplomowej.

Treści:

Zadania do wykonania:

- Opracowanie części metodologicznej pracy wraz z wnioskami;
- Wstępna wersja pracy dyplomowej (wersja robocza);
- Złożenie całej pracy magisterskiej.

Literatura obowiązkowa:

- E. Babbie, *Badania społeczne w praktyce*. Warszawa 2003.
- P. Siuda, P. Wasylczyk, *Publikacje naukowe. Praktyczny poradnik dla studentów, doktorantów i nie tylko*, Warszawa 2018.
- R. Zenderowski, *Techniki pisanie prac magisterskich i licencjackich*, Warszawa 2020.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
--	-------------------	--------------------

Metoda 1	Opracowanie części metodologicznej pracy wraz z wnioskami	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: 27 • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 2	Przygotowanie pracy magisterskiej	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: 27 • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50

Ocena końcowa

Semestr seminarium kończy się oceną.

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na seminarium - dopuszczalne są dwie nieusprawiedliwione nieobecności;
- oddanie części pracy zgodnie z harmonogramem - zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

W przypadku niezłożenia przez studenta pracy w terminie określonym w Szczegółowych Zasadach Studiowania wykładowca jest zobligowany do wystawienia oceny niedostatecznej, a student zobowiązany do złożenia podania z prośbą o powtórzenie ostatniego semestru seminarium.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

Przedmioty specjalnościowe - Media i kultura cyfrowa

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Kultura sieci		Formy: wykład ćwiczenia konwersatorium	Obligatoryjność: przedmiot specjalnościowy
Kierunek studiów: Kulturoznawstwo Specjalność: Media i kultura cyfrowa		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: drugi	Liczba godzin w planie studiów: 48	Liczba punktów ECTS: 8
Składowe przedmiotu			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Antropologia sieci, wykład, 12h. 2. Media społecznościowe, ćwiczenia, 12h. 3. Społeczno – kulturowy wymiar technologii, konwersatorium, 24h. 			

Miejsce przedmiotu w programie studiów
<p>Przedmiot specjalnościowy stanowi kontynuację i rozwinięcie wątków podjętych w ramach przedmiotu "Przemiany mediów", koncentrując się na aspektach sieciowych i technologicznych w kontekście przemian w kulturze mediów pod koniec XX i w XXI wieku. Studenci i studentki poznają z jednej strony sposoby funkcjonowania tradycyjnych treści w nowomediálním obiegu, z drugiej – nowych logik ich krążenia (kapitalizm inwigilacyjny, wzrost roli algorytmów filtrujących, itp.). Co istotne, studentki i studenci analizują wybrane zjawiska przy użyciu różnych narzędzi badawczych, których dla kulturoznawczych badań dostarczyły m.in. antropologia, socjologia i ekonomia. Społeczno-kulturowy kontekst przedmiotu sprawia, że stanowi on ważne pogłębienie wiedzy prezentowanej na przedmiotach trzonowych "Transformacje współczesnego świata" oraz "Zrozumieć współczesność".</p>

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się

KLT2_W02	Student/ka pogłębia swoją znajomość zaawansowanej terminologii z zakresu badań internetu, zarówno w oparciu o narzędzia kulturoznawcze, jak i pochodzące z innych dyscyplin z obszaru humanistyki i nauk społecznych;	Metoda 3
KLT2_W06	Student/ka pogłębia swoją wiedzę o wyzwaniach i dylematach humanistyki XXI wieku związanych z rozwojem internetu. Pogłębia też wiedzę o strategiach i praktykach kulturowych zorientowanych na projektowanie zmian w tym obszarze;	Metoda 2
KLT2_W07	Student/ka pogłębia swoją wiedzę o organizacji i funkcjonowaniu podmiotów działających w internecie;	Metoda 2
KLT2_W08	Student/ka pogłębia swoją wiedzę na temat szeroko rozumianej infrastruktury i funkcji internetu oraz wiedzę zorientowaną na tworzenie w tym obszarze rozwiązań o charakterze systemowym;	Metoda 2
KLT2_U02	Student/ka poszerza swoje umiejętności stosowania odpowiednich teorii, strategii i metod współczesnej humanistyki, w szczególności kulturoznawstwa, do formułowania i wypracowywania innowacyjnych rozwiązań wybranych problemów kulturowych, związanych z funkcjonowaniem internetu;	Metoda 2
KLT2_U06	Student/ka poszerza swoje umiejętności opracowywania i prezentacji wiedzy - w tym opartej o wyniki własnych badań oraz efekty pracy projektowej - kręgom odbiorców o różnych kompetencjach kulturowych;	Metoda 1
KLT2_U07	Student/ka poszerza swoje umiejętności komunikowania się - również z wykorzystaniem nowych technologii - z członkami wielokulturowego i interdyscyplinarnego zespołu realizującego projekty badawcze bądź animacyjne.	Metoda 1

Treści programowe

1. Antropologia sieci

Opis:

Zajęcia poświęcone są pogłębieniu wiedzy studentek i studentów na temat antropologii internetu. Urefleksyjnienie wyzwań badawczych stawianych przez Sieć i zdefiniowanie specyfiki prowadzenia badań etnograficznych w tym obszarze stanowią punkt wyjścia do badań funkcjonowań internetowych społeczności. Odbývają się one poprzez eksplorację

ikonosfery sieci. Refleksja nad tym, jak badać to, co widać i co jest pokazywane, wykorzystuje m.in. kompetencje uczestniczek i uczestników kursu z obszaru *visual studies*, znacząco je jednak pogłębia. Poprzez realizację eksploracyjnych działań badawczych uczestnicy i uczestniczki zajęć poznają wybrane narzędzia badania ikonosfery sieci (stanowiące studium przypadku ogólnego procesu badawczego), jak również podejmują refleksję nad wyzwaniem i ograniczeniami z nimi związanymi.

Treści:

- Antropologia sieci - podstawowe pojęcia
- Praktyka i refleksyjność w badaniach internetu
- Badania wizualne w internecie
- Metody kodowania materiałów do badań
- Fotoesej i fotoblog w komunikacji naukowej

Literatura obowiązkowa:

- G. Rose, Interpretacja materiałów wizualnych. PWN 2020.
- T. Ferenc, Krzysztof Olechnicki (red.), Obrazy w sieci. Socjologia i antropologia ikonosfery internetu. Wydawnictwo Naukowe UMK 2009.

2. Media społecznościowe

Opis:

Zajęcia uzupełniają zestaw kursów modułowych o wiedzę poświęconą specyficznym mediom społecznościowym, koncentrując się jednak na zadaniach urefleksyjniających studentki i studentów. Te ćwiczenia mają prowadzić do rozpoznania ewentualnych problemów z wybranymi aspektami funkcjonowania mediów społecznościowych, a krytyczna analiza stanowi punkt wyjścia do dyskusji o możliwościach ich „przeprojektowania”. Osią porządkującą kolejne spotkania są kolejne aspekty działania mediów społecznościowych.

Treści:

- Nowe życie obrazów - fotografia w dobie social media
- Algorytmizacja procesów selekcji
- Social media jako narzędzie tożsamościowe i jako narzędzie towarzyskości
- Geolokalizacja a media społecznościowe

Literatura obowiązkowa:

- M. Halawa, *Facebook - platforma algorytmicznej towarzyskości i technologia siebie*, „Kultura i społeczeństwo”, nr 4/2013.
- N. Jurgenson, *The Social Photo*, Verso 2019 (fragment)

3. Społeczno – kulturowy wymiar technologii

Opis:

Celem kursu jest zaznajomienie studentek i studentów z selekcją podstawowych nurtów w myśli nad społecznym i kulturowym wymiarem technologii. Jako konwersatorium, zajęcia opierają się o znajomość zadanej literatury oraz treści (filmów, podcastów) i opartej o nie dyskusji w całej grupie i podgrupach. Każde spotkanie składa się z trzech elementów: a) krótkiego wprowadzenia tematu przez prowadzącego i przedstawienie kilku „prowokacji” - myśli, które mają zachęcić do dyskusji w oparciu o wiedzę i doświadczenie studentek/ów oraz oczywiście znajomość literatury, b) dyskusji grupowych wokół wprowadzonych „prowokacji”,

c) dyskusji plenarnej. Celem każdego spotkania jest podjęcie próby rozwiązania omawianych problemów. Osia porządkującą kolejne spotkania są kolejne obszary problematyzacji relacji człowiek - technologia.

Treści:

- Technologie i kultura - wprowadzenie
- Technologie i nierówności
- Technologie i demokracja
- Technologie i ekonomia
- Technologie i ekologia

Literatura obowiązkowa:

- C. Criado Perez, *Niewidzialne kobiety*. Kraków, Karakter, 2020.
- V. Joler, M. Pasquinelli, *Nooskop ujawniony*, <https://nooskop.mvu.pl/>
- J. Zygmuntowski, *Kapitalizm sieci*, Warszawa: Rozruch, 2020.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Grupowy projekt badawczy	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: 15• maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30
Metoda 2	Zadania badawcze	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: 15• maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30
Metoda 3	Kolokwium	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: 21• maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność na zajęciach - dopuszczalne są dwie nieusprawiedliwione nieobecności;
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

- 91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)
- 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)
- 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Kultura w obiegu cyfrowym		Formy: wykład warsztaty	Obligatoryjność: przedmiot specjalnościowy
Kierunek studiów: Kulturoznawstwo Specjalność: Media i kultura cyfrowa		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: drugi	Liczba godzin w planie studiów: 36	Liczba punktów ECTS: 7
Składowe przedmiotu			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Software studies, wykład, 12h. 2. Programowanie a teksty kultury, warsztaty, 24h. 			

Miejsce przedmiotu w programie studiów
<p>Przedmiot specjalnościowy stanowi kontynuację i rozwinięcie wątków podjętych w ramach przedmiotu "Przemiany mediów", koncentrując się na cyfrowym obiegu i miejscu kultury w tymże, przy pomocy software studies i poznawaniu kulturowych aspektów programowania. Współczesne teksty kultury coraz częściej mają postać cyfrową bądź opierają się na rozwiązaniach, które powielają logikę strukturyzującego je oprogramowania. Kulturoznawczo krytyczne studia nad oprogramowaniem, dostarczają narzędzi do opisu i analizy zarówno widocznych, jak i najczęściej ukrytych elementów składowych aplikacji, gier, instalacji multimedialnych czy innych wytworów kultury cyfrowej. Część teoretyczna przedmiotu skupiona jest na prześledzeniu dotychczasowego dorobku krytycznego software studies, część warsztatowa zaś – samodzielnemu tworzeniu przez studentów prototypów i szkiców koncepcyjnych. Zdobyte kompetencje odegrają istotną rolę w ramach ostatniego przedmiotu z cyklu "Projektowanie treści".</p>

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_W02	Student/ka zna terminologię z zakresu kulturoznawstwa cyfrowego oraz podstawową terminologię badań nad oprogramowaniem;	Metoda 1

KLT2_W03	Student/ka posiada uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą zagadnienia związane ze studiami nad oprogramowaniem, ukierunkowaną na zastosowanie w praktyce projektowej;	Metoda 1
KLT2_W09	Student/ka posiada wiedzę o metodach badawczych i narzędziach opisu wypracowanych na gruncie krytycznych studiów nad oprogramowaniem;	Metoda 1
KLT2_U02	Student/ka potrafi zastosować odpowiednie teorie, strategie i metody współczesnej humanistyki cyfrowej, w szczególności studiów nad oprogramowaniem, do formułowania i wypracowywania innowacyjnych rozwiązań powiązanych z krytyczną refleksją nad cyfrowymi tekstami kultury;	Metoda 2
KLT2_K02	Student/ka uznaje rolę wiedzy i diagnozy kulturowej w interdyscyplinarnych projektach naukowych służących rozwiązywaniu problemów związanych ze studiami nad oprogramowaniem i pracą projektową oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem danego problemu;	Metoda 2
KLT2_K05	Student/ka jest gotów/gotowa do aktywnego uczestniczenia w życiu kulturalnym, ze szczególnym uwzględnieniem kultury cyfrowej, nowatorskimi formami wyrazu artystycznego oraz nowymi zjawiskami społecznymi i artystycznymi;	Metoda 2
KLT2_U06	Student/ka potrafi opracowywać i prezentować wiedzę - w tym opartą o wyniki własnych studiów oraz efekty pracy projektowej dotyczącej zagadnień związanych z software studies i cyfrowymi tekstami kultury - kręgom odbiorców o różnych kompetencjach kulturowych.	Metoda 2

Treści programowe

1. Software studies

Opis:

Celem kursu jest zaznajomienie studentów i studentek z podstawową wiedzą z zakresu studiów nad oprogramowaniem, ze szczególnym uwzględnieniem możliwych metod pracy z wykorzystaniem kodu oraz krytycznej analizy interfejsów graficznych. Metody opisu i badania mediów cyfrowych z perspektywy humanistycznie zorientowanych studiów nad oprogramowaniem pozwolą studentom i studentkom lepiej zrozumieć architekturę, sposoby działania, wdrażania i dystrybucji cyfrowych tekstów kultury, takich jak aplikacje mobilne,

dedykowane komputerom osobistym programy oraz gry cyfrowe.

Treści:

- Jak można rozumieć i interpretować kod jako tekst kultury? Przykłady możliwych strategii analizy kulturoznawczej.
- Problem autorstwa oprogramowania w kontekście globalizacji obiegów kultury cyfrowej.
- Pojęcie interfejsu: rodzaje interfejsów i ich znaczenie dla komunikacji człowiek-komputer.
- Metody pracy z kodem z perspektywy humanistycznej: podejście eksploracyjne i instrumentalne.
- Studia nad platformami (*platform studies*) i ich rola w kulturoznawstwie cyfrowym
- Retoryka proceduralna jako narzędzie interpretacyjne i projektowe: przykłady i możliwe zastosowania .

Literatura obowiązkowa:

Montfort, N. (2017). *Odkrywanie kodu. Wprowadzenie do programowania w sztuce i humanistyce*. Kraków: Korporacja Ha!Art.

2. Programowanie a teksty kultury

Opis:

Celem kursu jest przetestowanie i realizacja w praktyce przez studentów i studentki podstawowych zasad w zakresie tworzenia projektów opartych o programowalny komponent cyfrowy. Efektem kursu jest przygotowanie przez studentów i studentki własnego szkicu projektowego dotyczącego aplikacji interaktywnej lub prostej gry. Podczas trwania kursu przewidziana jest symultaniczna praca na opracowywanych grupowo dokumentach projektowych, uzupełniana i poszerzana w ramach omawiania kolejnych tematów zawartych w treściach kształcenia.

Treści:

- Algorytmy interaktywności. Podstawy koncepcyjne tworzenia aplikacji i gier
- Schematy narracyjne cyberopowieści a ograniczenia technologiczne
- Podstawowe zasady tworzenia scenariuszy aplikacji interaktywnych w kontekście projektowania głównej pętli interakcji.
- Platformy, silniki i środowiska umożliwiające tworzenie narracji interaktywnych (przykłady: Twine, GameMaker, Processing) - wprowadzenie
- Interfejs graficzny w praktyce: zasady rządzące podstawowymi funkcjonalnościami na przykładzie wybranych aplikacji oraz gier cyfrowych.
- Pojęcie ergodyczności i jego możliwe zastosowania: interpretacja oraz projektowanie tekstów kultury
- Różne kategorie assetów i ich znaczenie dla pracy projektowej

Literatura obowiązkowa:

- Salen, K., & Zimmerman, E. (2004). *Rules of play: Game design fundamentals*. Cambridge, MA: The MIT Press.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Test pisemny	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: 16• maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30
Metoda 2	Projekt badawczy	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: 36• maksymalna liczba punktów do zdobycia: 70

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na warsztatach. Dopuszczalna jedna nieusprawiedliwiona nieobecność;
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Projektowanie treści I		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: przedmiot specjalnościowy
Kierunek studiów: Kulturoznawstwo Specjalność: Media i kultura cyfrowa		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: pierwszy	Liczba godzin w planie studiów: 48	Liczba punktów ECTS: 8
Składowe przedmiotu			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Creative writing , warsztaty, 24h. 2. Digital storytelling, warsztaty, 24h. 			

Miejsce przedmiotu w programie studiów
<p>Przedmiot specjalnościowy, a zarazem pierwszy z cyklu "Projektowanie treści", którego celem jest wyposażenie studentów i studentek w kompetencje pozwalające w sposób sprawny i sprawczy tworzyć treści w mediach cyfrowych i nimi zarządzać. W przypadku warsztatów wchodzących w skład tego przedmiotu - "creative writing" i "digital storytelling" - studenci i studentki uczą się warsztatowej pracy nad tworzeniem treści z wykorzystaniem kompetencji kulturoznawczych z myślą o nowych środowiskach medialnych, gdzie oprócz samej zawartości coraz istotniejsze stają się wybrane przez twórczynie i twórców formy medialne, a także kontekst ich funkcjonowania. Cykl w kolejnych semestrach ma jeszcze dwie odsłowny.</p>

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_W04	Student/ka zna w pogłębionym stopniu kulturowe znaczenie i kulturową rolę tekstu pisanego, zwłaszcza artystycznego, z uwzględnieniem jego różnic gatunkowych, form wyrazu oraz kanałów dystrybucji.	Metoda 1

KLT2_W10	Student/ka zna w pogłębionym stopniu zasady wykorzystywania istniejących tekstów kultury w ramach własnej twórczości w sposób zgodny z obowiązującymi prawami autorskimi i z poszanowaniem własności przemysłowej.	Metoda 2
KLT2_K05	Student/ka jest gotowa do aktywnego uczestniczenia w życiu kulturalnym nie tylko w roli odbiorcy, ale również twórcy treści i ich nadawcy, wykorzystującego przy tym nowatorskie formy wyrazu artystycznego i wpisując się w nowe zjawiska artystyczne.	Metoda 1

Treści programowe
1. Creative writing
<p>Opis: Kurs pogłębia umiejętności studentów i studentek pisania, które są cenne nie tylko dla osób planujących tworzyć teksty naukowe czy literackie, ale również teksty o charakterze marketingowym czy politycznym. Uczestnicy i uczestniczki uczą się prowadzenia narracji, konstruowania punktów zwrotnych, opracowywania struktury tekstu, stosowania ozdobników. Poznają także metody i strategie samodyscypliny, motywacji, inspiracji, a także ćwiczenia sprzyjające kreatywnemu myśleniu. Rozwijają umiejętność wyrażania uczuć i emocji, doboru dla nich odpowiednich form wyrazu. Celem kursu jest nie tylko podnieść kompetencje pisarskie jego uczestników, ale również sprawić, że znając warsztat pisarza, studenci i studentki staną się uważniejszymi i bardziej świadomymi czytelnikami i czytelniczkami.</p>
<p>Treści: Część I. Creative writing - twórczość artystyczna</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Prowadzenie narracji, dramaturgia, kreowanie bohaterów. ● Źródła inspiracji. Remiks a plagiat. ● Metody i strategie samodyscypliny i samomotywacji. ● Ćwiczenia: pisanie, analiza, krytyka. <p>Część II. Creative writing - twórczość pozaartystyczna</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Creative writing w mediach (media społecznościowe, blogi, portale informacyjne) ● Czytelnik modelowy a czytelnik realny ● Ćwiczenia: pisani, analiza, krytyka
<p>Literatura obowiązkowa:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● K. Prajzner., <i>Tekst jako świat i gra. Modele narracji w kulturze współczesnej</i>, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2009 (fragm.). ● Ch. Anderson, <i>Ted Talks. The official Ted Guide to Public Speaking</i>, Headline, London 2016.
2. Digital storytelling
<p>Opis: Celem kursu jest zapoznanie studentów i studentek z pojęciem digital storytelling oraz wyposażenie ich w umiejętność tworzenia cyfrowych opowieści. Uczestniczki i uczestnicy</p>

poznają historię narracji cyfrowych, w tym głównych momentów zwrotnych wynikających z przemian społecznych i technologicznych. Uczą się jak przejść przez kolejne etapy tworzenia narracji cyfrowych, poczynając od tworzenie samej koncepcji dzieła, przez zbieranie materiałów po tworzenie treści zgodnych z kompetencjami i oczekiwaniami odbiorców. Studenci i studentki wraz w wykładowcą analizują przykłady istniejących narracji cyfrowych (*case study*).

Treści:

Część I. Wprowadzenie do narracji cyfrowych.

- Krótka historia digital storytelling
- Znaczenie narracji cyfrowych dla komunikacji społecznej
- Przegląd i analiza narzędzi do tworzenia narracji cyfrowych

Część II. Tworzenie narracji cyfrowych

- Opracowanie koncepcji narracji cyfrowej
- Zbieranie materiału, w tym obrazów, dźwięków, tekstów, animacji.
- Określanie odbiorcy narracji cyfrowej
- Etapy i sposoby tworzenia narracji cyfrowej
- Analiza wybranych narracji cyfrowych

Literatura obowiązkowa:

- J. Lambert, *Digital Storytelling. Capturing Lives, Creating Community*, Routledge, New York 2013.
- C. Handler Miller, *Digital Storytelling. A creator's guide to interactive entertainment*, Routledge, Massachusetts 2014.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Prace pisemne	<ul style="list-style-type: none"> ● zdobycie minimalnej liczby punktów: 26 ● maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 2	Prezentacja multimedialna	<ul style="list-style-type: none"> ● zdobycie minimalnej liczby punktów: 26 ● maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na warsztatach. Dopuszczalna jedna nieusprawiedliwiona nieobecność na każdym z kursów;
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Projektowanie treści II		Formy: ćwiczenia warsztaty	Obligatoryjność: przedmiot specjalnościowy
Kierunek studiów: Kulturoznawstwo Specjalność: Media i kultura cyfrowa		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: trzeci	Liczba godzin w planie studiów: 48	Liczba punktów ECTS: 8
Składowe przedmiotu			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Język jako narzędzie projektowe, ćwiczenia, 12h. 2. Obraz jako narzędzie projektowe, ćwiczenia, 12h. 3. Projekt – tworzenie kontentu, warsztaty, 24h. 			

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot specjalnościowy, a zarazem druga z trzech odsłon cyklu "Projektowanie treści". Studenci i studentki uczą się wykorzystywać język jako narzędzie projektowe, rozumieć i twórczo rozwijać jego potencjał, jak również uczą się pracy z obrazem, by koniec końców, w ramach warsztatów projektowych pod okiem prowadzących zajęcia, stworzyć własną pracę możliwą i gotową do wdrożenia. Pracy twórczej towarzyszy wnikliwa analiza na poszczególnych etapach jej powstawania.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_W10	Student/ka zna i rozumie zasady ochrony prawa autorskiego i własności przemysłowej projektowanych i wytwarzanych przez siebie treści, a także prawo cytatu w przypadku wykorzystywania we własnej twórczości czyichś utworów.	Metoda 2
KLT2_U07	Student/ka potrafi zaplanować i przeprowadzić proces wytwarzania kontentu cyfrowego znając	Metoda 1

	zasady komunikowania się z wykorzystaniem nowych technologii, w ramach pracy projektowej..	
KLT2_U08	Student/ka potrafi pracować w grupie przy realizacji projektu, przyjmując w niej różne role, w tym w szczególności rolę lidera zespołu projektowego.	Metoda 1
KLT2_K03	Student/ka jest gotów//wa do podejmowania inicjatyw wspierających różnorodność kulturową oraz popularyzujących postawę szacunku wobec odmienności kulturowej przez tworzenie i realizację projektów polegających na opracowaniu i opublikowaniu kontentu dotyczącego tej tematyki.	Metoda 1

Treści programowe

• Język jako narzędzie projektowe

Opis:

W ramach kursu studenci i studentki poznają możliwości i właściwości języka jako narzędzia projektowego, pozwalającego opracowywać i przeprowadzać interwencję społeczną lub kulturową z wykorzystaniem nowych technologii komunikacyjnych. Słowo, zdanie, tekst zostają ukazane w szerszym kontekście komunikacji transmedialnej. Uczestnicy i uczestniczki realizują ćwiczenia warsztatowe ucząc się tworzenia kontentu, a równocześnie pracują nad koncepcją projektu multimedialnego, określając temat projektu, poruszając społeczno-kulturową problematykę, definiując grupę docelową.

Treści:

Część I. Słowo, zdanie, tekst.

- Język a komunikacja transmedialna
- Forma, gatunek, kanał komunikacji - warsztaty
- Analiza i krytyka wybranych przykładów (case study)

Część II. Język na rzecz zmiany społeczno-kulturowej.

- Konceptualizacja interwencji społeczno-kulturowej
- Definiowanie grupy docelowej
- Reaserch

Literatura obowiązkowa:

- W. D. Foster, *Rzekomo fajna rzecz, której nigdy więcej nie zrobię* [w:] *Rzekomo fajna rzecz, której nigdy więcej nie zrobię*, Wydawnictwo WAB, Warszawa 2016.

• Obraz jako narzędzie projektowe

Opis:

W ramach kursu studenci i studentki poznają możliwości i właściwości obrazu jako narzędzia projektowego, pozwalającego opracowywać i przeprowadzać interwencję społeczną lub kulturową z wykorzystaniem nowych technologii komunikacyjnych. Rysunek, fotografia, film zostają ukazane w szerszym kontekście komunikacji transmedialnej. Uczestnicy i uczestniczki realizują ćwiczenia warsztatowe ucząc się tworzenia kontentu, a równocześnie zbierają materiały wizualne, dokonują ich oceny i selekcji, dopracowując przy tym koncepcję projektu

multimedialnego.
<p>Treści:</p> <p>Część I. Rysunek, fotografia, film.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obraz a komunikacja transmedialna • Forma, gatunek, kanał komunikacji - warsztaty • Analiza i krytyka wybranych przykładów (case study) <p>Część II. Język na rzecz zmiany społeczno-kulturowej.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Opracowywanie interwencji społeczno-kulturowej • Reaserch • Zbieranie i selekcja materiałów
<p>Literatura obowiązkowa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • N. Mirzoeff, <i>Jak zobaczyć świat</i>, Wydawnictwo Karakter i MSN, Kraków- Warszawa 2016. • K. Karabasz, <i>Narracja w dokumencie</i>, [w:] tenże, <i>Cierpliwe oko</i>, Wydawnictwo Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1979.
<ul style="list-style-type: none"> • Projekt – tworzenie kontentu
<p>Opis:</p> <p>Kurs ma charakter warsztatu, w trakcie którego studenci realizują i wdrażają projekt multimedialny wykorzystując zdobytą wiedzę i zdobyte umiejętności, a także zebrane materiały w trakcie kursów “Język jako narzędzie projektowe” oraz “Obraz jako narzędzie projektowe”. Studenci przygotowują projekty w kilkuosobowych zespołach. Efekty pracy a także proces realizacji projektu są przedmiotem analizy i oceny przeprowadzanej na forum grupy.</p>
<p>Treści:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizacja projektu multimedialnego • Wdrożenie projektu multimedialnego • Analiza, krytyka i ocena projektów multimedialnych

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Projekt multimedialny	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: 31 • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	Zadania domowe	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: 21 • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na wszystkich warsztatach. Dopuszczalne trzy nieusprawiedliwione nieobecności;
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Projektowanie treści III		Formy: wykład warsztaty	Obligatoryjność: przedmiot specjalnościowy
Kierunek studiów: Kulturoznawstwo Specjalność: Media i kultura cyfrowa		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: czwarty	Liczba godzin w planie studiów: 36	Liczba punktów ECTS: 8
Składowe przedmiotu			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Groznawstwo cyfrowe, wykład, 12h. 2. Serious game – tworzenie konceptu, warsztaty, 24h. 			

Miejsce przedmiotu w programie studiów
<p>Przedmiot wieńczy nie tylko cykl "Projektowanie treści", ale również całą specjalność. Jest to najbardziej zaawansowany przedmiot, który wykorzystuje wiedzę i kompetencje zdobyte w trakcie całych studiów. Pozwala studentom i studentkom na aktywne i praktyczne wykorzystanie wiedzy i umiejętności nie tylko do tworzenia kontentu, ale również do projektowania i przeprowadzania zmiany społecznej z wykorzystaniem gier komputerowych (serious game). Warsztaty mają swoją podbudowę teoretyczną, którą studenci i studentki poznają w trakcie wykładów.</p>

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_W03	Student/ka posiada uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą zagadnienia kluczowe dla groznawstwa cyfrowego, ukierunkowaną na zastosowanie w praktyce;	Metoda 1
KLT2_W04	Absolwent/ka zna wybrane współczesne zjawiska, wytwory artystyczne i praktyki związane z kulturą gier, mając przy tym świadomość ich społecznego, politycznego i ekonomicznego uwarunkowania;	Metoda 1

KLT2_W06	Student/ka zna wyzwania i dylematy humanistyki cyfrowej XXI wieku oraz posiada szczegółową wiedzę o strategiach tworzenia gier poważnych (serious games) i powiązanych z nimi praktykach kulturowych zorientowanych na projektowanie zmian społecznych;	Metoda 2
KLT2_W08	Student/ka rozumie budowę i funkcje systemu kultury cyfrowej powiązanej z segmentem gier oraz posiada wiedzę zorientowaną na tworzenie rozwiązań o charakterze systemowym w zakresie projektowania interaktywnych treści cyfrowych;	Metoda 2
KLT2_U02	Student/ka potrafi zastosować odpowiednie teorie, strategie i metody współczesnej humanistyki cyfrowej i groznawstwa do formułowania i wypracowywania innowacyjnych rozwiązań wybranych aktualnych problemów kulturowych w zakresie projektowania interaktywnych treści cyfrowych;	Metoda 2
KLT2_U07	Student/ka potrafi komunikować się -- również z wykorzystaniem nowych technologii, w tym cyfrowych narzędzi organizujących pracę projektową -- z członkami wielokulturowego i interdyscyplinarnego zespołu realizującego projekty groznawcze i projekty w zakresie tworzenia interaktywnych treści cyfrowych;	Metoda 2
KLT2_U08	Student/ka potrafi pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, w tym w szczególności rolę lidera zespołu projektowego tworzącego cyfrowe treści;	Metoda 2
KLT2_K03	Student/ka jest gotowa/y do podejmowania inicjatyw wspierających różnorodność kulturową, również przejawianą w efektach pracy projektowej, oraz popularyzujących postawę szacunku wobec odmienności kulturowej i wykorzystujących aktualną wiedzę kulturoznawczą ze szczególnym uwzględnieniem groznawstwa.	Metoda 2

Treści programowe

1. Groznawstwo cyfrowe

Opis:

Wykład pozwoli studentom oraz studentkom zapoznać się z najważniejszymi groznawczymi pojęciami i koncepcjami, mającymi zastosowanie we współczesnej praktyce tworzenia gier cyfrowych. Celem kursu jest dostarczenie narzędzi krytycznego opisu i namysłu nad tekstami

kultury przynależącymi do segmentu gier oraz interaktywnych produkcji cyfrowych.

Treści:

- Miejsce gier cyfrowych we współczesnej kulturze: zarys historii i ewolucji
- Cyfrowe opowieści w praktyce: emergencja, granie ergatyczne, immersja, dysonans ludonarracyjny, pętla śmierci
- Narracyjność poza tekstualnością. Modele interpretacji i odbioru gier cyfrowych
- Masowe narracje kultury gier: transmedialność, eSport, sprawczość i tożsamość fanowska
- Lokalność a globalność kultury gier. (Post)kolonialny wymiar branży cyfrowej rozrywki
- Schematy narracyjne i projektowanie rozgrywki: proces iteracyjny w kontekście platformizacji i współczesnych modeli dystrybucji

Literatura obowiązkowa:

- T. Majkowski. *Język grupowości. Studia o różnorodności gier cyfrowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2019.

2. Serious game – tworzenie konceptu

Opis:

Kurs ma na celu przygotowanie studentów i studentek do sporządzenia szkicu koncepcyjnego opracowanej samodzielnie gry poważnej (serious game), skupionej wokół określonej kwestii społeczno-kulturowej. Szczególny nacisk położony zostanie na elementy wspomagające opracowanie dokumentów projektowych oraz tworzenie prototypów scenariuszy. W czasie pracy grupowej zaprezentowane i wdrożone zostaną wybrane narzędzia pomocnicze w tworzeniu projektów cyfrowych.

Treści:

- Problem - pomysł - koncepcja. Struktura i zawartość dokumentów projektowych
- Profilowanie i dobór funkcjonalności pod kątem grupy docelowej
- Cel - konflikt - informacja zwrotna: główna pętla interakcji w praktyce
- Scenariusze fabularne i scenariusze rozgrywki: modele interakcji
- Prototypowanie rozgrywki: od szkicu koncepcyjnego do testowania pionowego wycinka (*vertical slice*)
- Implementacja prototypu w postaci cyfrowej: praca w wybranych cyfrowych środowiskach projektowych - podstawowe zasady, struktura i podział zadań w grupie

Literatura obowiązkowa:

- T. Heussner, T.K. Finley, J.B. Hepler, & A. Lemay, *The Game Narrative Toolbox*. Focal Press, Burlington 2015.
- R. Zubek, *Elements of Game Design*. Cambridge, The MIT Press, Massachusetts 2020.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Kolokwium	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: 16• maksymalna liczba

		punktów do zdobycia: 30
Metoda 2	Projekt badawczy	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: 36 • maksymalna liczba: 70 punktów do zdobycia:

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na warsztatach. Dopuszczalna jedna nieusprawiedliwiona nieobecność;
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU			
-------------------------	--	--	--

Nazwa przedmiotu: Przemiany mediów		Formy: wykład konwersatorium warsztaty	Obligatoryjność: przedmiot specjalnościowy
--	--	--	---

Kierunek studiów: Kulturoznawstwo	Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
Specjalność: Media i kultura cyfrowa		

Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: pierwszy	Liczba godzin w planie studiów: 48	Liczba punktów ECTS: 8
---	-----------------------------	--	-------------------------------

Składowe przedmiotu			
----------------------------	--	--	--

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Archeologia mediów, wykład, 12h. 2. Krytyczne teorie mediów, konwersatorium, 12h. 3. Netnografia, warsztaty, 24h. |
|--|

Miejsce przedmiotu w programie studiów

<p>Przedmiot specjalnościowy skupiający się na przemianach mediów w XX i XXI wieku. Studenci i studentki studiują archeologię mediów, przemiany poszczególnych formatów i gatunków, poznają krytyczne teorie mediów i możliwości ich zastosowania. Otrzymują przy tym narzędzia pozwalające na krytyczną analizę i interpretację. Poznają także dynamikę rozwoju mediów cyfrowych, ich wzajemne relacje oraz oddziaływanie społeczne i rolę w kulturze współczesnej. Przedmiot stanowi wielowątkowe pogłębienie medioznawczej wiedzy i wskazuje, w jaki sposób narzędzia badań kulturowych pozwalają poruszać się w tym obszarze. Zdobyte kompetencje odegrają istotną rolę w ramach pozostałych przedmiotów specjalizacyjnych, w tym zwłaszcza "Kultura sieci" oraz "Kultura w obiegu cyfrowym".</p>

Efekty uczenia się		
---------------------------	--	--

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_W01	Student/ka pogłębia swoją wiedzę na temat przemian mediów w oparciu o interdyscyplinarne narzędzia z obszaru nauk humanistycznych i nauk społecznych. Jest świadom(a) ich potencjału rozwojowego;	Metoda 1

KLT2_W02	Student/ka pogłębia swoją wiedzę na temat dotyczącej badań mediów terminologii z zakresu kulturoznawstwa oraz dyscyplin pokrewnych;	Metoda 3
KLT2_W03	Student/ka pogłębia swoją wiedzę na temat zagadnień kluczowych dla badań mediów, z ukierunkowaniem jej na zastosowania praktyczne, takie jak prowadzenie badań, przygotowanie projektu wystawy, itp.;	Metoda 1
KLT2_W04	Student/ka pogłębia swoją wiedzę na temat współczesnych zjawisk kulturowych, wytworów artystycznych i praktyk kulturowych zapośredniczanych przez media - mając przy tym świadomość społecznego, politycznego i ekonomicznego uwarunkowania kształtu tych zjawisk i treści;	Metoda 3
KLT2_W08	Student/ka pogłębia swoją wiedzę na temat budowy i funkcji ekosystemu medialnego wraz z wiedzą na temat możliwości krytycznych interwencji w ten ekosystem;	Metoda 3
KLT2_W09	Student/ka pogłębia swoją wiedzę o metodach badawczych i narzędziach opisu właściwych dla badań mediów w oparciu i narzędzia z obszaru badań kultury i religii, innych dyscyplin z obszaru nauk humanistycznych oraz rozwiązań z obszaru nauk społecznych;	Metoda 4
KLT2_U01	Student/ka pogłębia swoje umiejętności wyszukiwania, oceniania, selekcjonowania i integrowania informacji na temat mediów z różnych źródeł oraz formułuje na tej podstawie krytyczne sądy;	Metoda 3
KLT2_U03	Student/ka pogłębia swoje umiejętności planowania i prowadzenia badań mediów poprzez dobieranie lub opracowanie odpowiednich metod i narzędzi, czerpiąc także z dyscyplin innych niż nauki o kulturze i religii. Potrafi też opracować wyniki w sposób krytyczny i syntetyczny;	Metoda 2
KLT2_U07	Student/ka pogłębia swoje umiejętności komunikowania się - również z wykorzystaniem nowych technologii - z członkami wieloosobowego zespołu.	Metoda 2

Treści programowe

1. Archeologia mediów

Opis:

Historyczna i archeologiczna refleksja nad mediami mają poszerzyć wiedzę studentek i studentów, a przy tym rozwinąć umiejętności prowadzenia analiz „w poprzek” tradycyjnych narracji na temat środków przekazu. Podczas zajęć ćwiczyć będziemy umiejętności metarefleksji nad sposobami tworzenia historii, wskazując na pomijane ścieżki i nieoczywiste ciągłości oraz analogie.

Kurs ma także zbudować szerszy kontekst dla wiedzy zdobywanej podczas pozostałych kursów w module. Obejmuje zarówno aspekt teoretyczny (główne pojęcia i przedstawiciele zwrotu historycznego w badaniach mediów), jak i studia przypadku – historie konkretnych urządzeń medialnych.

Treści:

- Podstawowe nurty archeologii mediów.
- Historia preposteryjna - studia przypadku
- Media u progu nowoczesności
- Archiwa i muzea: wyzwania „poszerzenia pola kultury”
- Archeologia elektronicznej rozrywki

Literatura obowiązkowa:

- Ł. Biskupski, *Miasto atrakcji*, Warszawa 2013, http://otworzksiazke.pl/ksiazka/miasto_atrakcji/ (fragment)
- Materiały ze stron: <http://historia-popkultury.swps.edu.pl/>, <http://organ.swps.edu.pl/>
- E. Huhtamo, *Sloty zabawy, sloty trudu*, w: *Badania nad historią gier komputerowych. Antologia*, red. M. Filiciak, M. Garda (w przygotowaniu)

2. Krytyczne teorie mediów

Opis:

Zajęcia poświęcone są nie-afirmatywnym teoriom mediów. Nie chodzi jednak o potoczne dyskursy, panikę moralną, itp. Raczej o prześledzenie różnych wariantów krytyki mediów, co będzie okazją do refleksji nad środkami przekazu, ale też samą teorią i jej zadaniami. Choć punkt wyjścia stanowić będzie przegląd krytycznych analiz mediów od połowy XX wieku (w tym kwestie związane z tabloidyzacją, teorie Baudrillarda czy Postmana), w trakcie kursu skoncentrujemy się na współczesnych koncepcjach i usieciowionych mediach cyfrowych, w tym na krytyce internetu „po Snowdenie” i „po aferze Cambridge Analytica”. Przede wszystkim jednak będziemy dyskutować o zjawiskach i dyskursach wokół nas.

Treści:

- Media, sfera publiczna i zadania teorii.
- Medialny ekosystem i ekstraktywizm.
- Media, finanse i wizje innowacji.
- Platformy medialne a ekonomiczne dobro wspólne: *sharing economy* i *platform cooperativism*.
- Internet platform i możliwości oporu.

Literatura obowiązkowa:

- K. Crawford, N. Joler, *Anatomy of an AI system*, <https://anatomyof.ai/>
- M. Mazzucato, *O wytwarzaniu bogactwa*, "Le Monde Diplomatique", listopad-grudzień 2020.
- M. Filiciak i inni, raport *Młodzi i media*, Warszawa 2012, https://www.swps.pl/images/stories/dokumenty/RAPORT_SWPS_mlodzi_i_media.pdf

3. Netnografia**Opis:**

Zajęcia skoncentrowane są na zagadnieniu badań etnograficznych w Internecie. Poprzez realizację przez studentki i studentów zadań badawczych, poznają one i oni różne aspekty netnografii, a tym: autoetnografię, analizę danych, obserwację czy wywiad on-line. Zadania badawcze realizowane w trakcie kursu dotyczą wybranej wspólnie praktyki kulturowej

Treści:

- Podstawowe pojęcia
- Metody badań online - projektowanie badania (pytania badawcze, dane, metody, analiza, etyka)
- Narzędzia badawcze
- Metody zbierania i analizy danych

Literatura obowiązkowa:

- R. Kozinets, *Netnografia*, Warszawa 2012.
- D. Jemielniak, *Netnografia, czyli etnografia wirtualna – nowa forma badań etnograficznych*, "Prakseologia" nr 154/2013.
- M. Kamińska, *Autoetnografia jako technika badań etnograficznych w Internecie*. "Przegląd Socjologii Jakościowej", t. 10, nr 3/2014, s. 170–183.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Przegląd projektów wystaw i brief autorskiej koncepcji wystawy	<ul style="list-style-type: none">● zdobycie minimalnej liczby punktów: 16● maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30
Metoda 2	Zespołowy projekt badawczy	<ul style="list-style-type: none">● zdobycie minimalnej liczby punktów: 20● maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 3	Esej zaliczeniowy	<ul style="list-style-type: none">● zdobycie minimalnej liczby punktów: 8● maksymalna liczba punktów do zdobycia: 16

Metoda 4	Realizacja ćwiczeń badawczych w trakcie semestru	<ul style="list-style-type: none"> ● zdobycie minimalnej liczby punktów: 7 ● maksymalna liczba punktów do zdobycia: 14
----------	--	--

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność na zajęciach - dopuszczalne są dwie nieusprawiedliwione nieobecności;
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Rynek mediów		Formy: wykład warsztaty	Obligatoryjność: przedmiot specjalnościowy
Kierunek studiów: Kulturoznawstwo Specjalność: Media i kultura cyfrowa		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: drugi	Liczba godzin w planie studiów: 24	Liczba punktów ECTS: 6
Składowe przedmiotu			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Rynek mediów, wykład, 12h. 2. Badanie mediów, warsztaty, 12h. 			

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot specjalnościowy koncentruje się na rynku mediów i badaniu mediów, w tym rynkowemu wymiarowi tych badań. Studenci i studentki poznają narzędzia i teorie, które posłużą im do prowadzenia badań mediów, tym samym poszerzając kompetencje badawcze zdobyte przez studentów w trakcie przedmiotu "Warsztat badawczy". W ramach wykładu słuchacze i słuchaczki zdobędą umiejętność rozumienia zasad jakimi rządzi się polski i zagraniczny rynek mediów, a także poznają kierunek zmian rynku i dynamikę tych zmian.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_W05	Student/ka rozumie rolę mediów w przemianach współczesnej rzeczywistości polityczno-społeczno-ekonomicznej;	Metoda 1
KLT2_W07	Student/ka posiada pogłębioną wiedzę o organizacji i funkcjonowaniu rynku medialnego w Polsce i za granicą w kontekście funkcjonowania całości systemu społecznego;	Metoda 1

KLT2_W08	Student/ka rozumie działanie i funkcje systemu mediów oraz posiada wiedzę jak nowe technologie i platformy technologiczne wpływają na rynek medialny, przepływ informacji w demokratycznych krajach i na proces wyborów;	Metoda 1
KLT2_W09	Student/ka posiada wiedzę o metodach i narzędziach badawczych właściwych dla badania mediów;	Metoda 2
KLT2_U02	Student/ka potrafi zastosować odpowiednie teorie, strategie i metody nauk o mediach, w szczególności do formułowania i wypracowywania innowacyjnych rozwiązań związanych z badaniem mediów;	Metoda 2
KLT2_U03	Student/ka potrafi zaplanować i przeprowadzić badanie mediów, dobierając bądź opracowując odpowiednią metodę i narzędzia oraz opracować wyniki w sposób krytyczny i syntetyczny;	Metoda 2
KLT2_U04	Student/ka potrafi formułować i weryfikować hipotezy prowadząc badania mediów;	Metoda 2
KLT2_K02	Student/ka jest gotów/owa do uznania roli wiedzy i diagnozy kulturowej w interdyscyplinarnych projektach badawczych służących rozwiązywaniu problemów w zakresie mediów;	Metoda 2
KLT2_K04	Student/ka rozumie regulacje prawne i systemowe mające na celu zmianę negatywnego wpływu platform na media, demokratyczne społeczeństwa i poszczególnych użytkowników internetu.	Metoda 1

Treści programowe

1. Rynek mediów

Opis:

Kurs pogłębia wiedzę studentów i studentek o rynku mediów w Polsce i za granicą, a także o uwarunkowaniach i problemach pracy dziennikarzy. Zaznajamia jego uczestników i uczestniczki z pojęciami dotyczącymi nowoczesnego rynku mediów, ze zmianami jakim ten rynek podlega ze względu na postęp technologii oraz z przemianami społeczno-ekonomicznymi. Uzmysławia im jaka jest korelacja między kryzysem tradycyjnych mediów a kryzysem demokracji, pokazując jaki wpływ mają platformy technologiczne (np. Google, Facebook, Amazon, Apple) na użytkowników sieci oraz odbiorców mediów.

Treści:

- Rynek medialny w Polsce i na świecie - główne trendy
- Kryzys mediów tradycyjnych
- Platformy technologiczne i ich wpływ na politykę
- Fake news. Próby przeciwdziałania dezinformacji
- Wpływ technologii na rynek reklamy
- Targetowanie i personalizacja. Ochrona danych a handel nimi
- Próby prawnej regulacji rynku internetowego

Literatura obowiązkowa:

- S. Galloway, *Wielka Czwórka. Ukryte DNA: Amazon, Apple, Facebook i Google*, REBIS, Poznań 2018.
- S. Zuboff, *Wiek kapitalizmu inwigilacji*, Zysk i S-ka!, Poznań 2020.

2. Badanie mediów**Opis:**

Podczas kursu uczestnicy i uczestniczki poznają pojęcia właściwe dla badań mediów, wybrane metody i techniki badawcze. Uczą się opracowywać i realizować kolejne etapy projektu badawczego, stawiać pytania oraz hipotezy badawcze oraz dobrać odpowiednie narzędzia. Przyglądają się sposobom zbierania i analizy danych oraz pułapkom, jakie czyhają na badaczki i badaczy na tym etapie, a także tym, w jakie wpadają odbiorczynie i odbiorcy badań. W trakcie trwania kursu studenci i studentki opracowują projekt badawczy.

Treści:

- Wprowadzenie do badania mediów. Podstawowe pojęcia, techniki i metody badawcze, przegląd rynku badań mediów w Polsce i na świecie.
- Struktura procesu badawczego. Formułowanie pytań i hipotez. Budowa narzędzi.
- Sposoby zbierania i wykorzystania danych. Wnioski, rekomendacje, efekty badań.
- Etyka badań.
- Jak czytać badania?
- Prezentacja projektów badawczych.

Literatura obowiązkowa:

- D. Jemielniak, *Socjologia internetu*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2019.
- E. Babbie, *Badania społeczne w praktyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Kolokwium zaliczeniowe	<ul style="list-style-type: none">● zdobycie minimalnej liczby punktów: 26● maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50

Metoda 2	Projekt badawczy	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: 26 • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
----------	------------------	---

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na warsztatach. Dopuszczalna jedna nieusprawiedliwiona nieobecność;
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

Przedmioty specjalnościowe - Menedżer, agent, producent

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Agent artysty		Formy: wykład warsztaty konwersatorium	Obligatoryjność: przedmiot specjalnościowy
Kierunek studiów: Kulturoznawstwo Specjalność: Menedżer, agent, producent		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: trzeci	Liczba godzin w planie studiów: 60	Liczba punktów ECTS: 8
Składowe przedmiotu			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Rynek pracy artystów, rynek sztuki, konwersatorium, 12h. 2. Teatr publiczny, prywatny i non – profit, warsztaty, 12h. 3. Rynek muzyczny, konwersatorium, 12h. 4. Rynek książki, konwersatorium, 12h. 5. Prawo autorskie i prawa pokrewne, wykład, 12h. 			

Miejsce przedmiotu w programie studiów
<p>W ramach przedmiotu „Agent artysty” studenci i studentki mają możliwość zapoznania się ze specyfiką funkcjonowania wybranych rynków kultury, także w kontekście rynku pracy oraz poznania najważniejszych aspektów prawa autorskiego, niezbędnych do skutecznego działania na tych rynkach. Zajęcia mają charakter praktyczny, a ich zasadniczym celem jest nabycie przez studentów i studentki podstawowych kwalifikacji agenta artysty.</p>

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_W03	Student/ka posiada uporządkowaną wiedzę o strukturze rynku książki (wydawnictwa, dystrybucja, sprzedaż), a także o celach i funkcjonowaniu najważniejszych instytucji rynku książki oraz instytucji wspomagających czytelnictwo. Student/ka posiada wiedzę pozwalającą na rozpoznanie problemów prawa autorskiego i rozwiązania ich w praktyce twórczości audiowizualnej;	Metoda 4 Metoda 5
KLT2_W04	Student/ka zna szczegóły procesu wydawniczego, od współpracy z agentami literackimi, przez redakcję, skład i druk, po promocję książki. Student/ka zna uwarunkowania rynku pracy artystów i rynku sztuki oraz mechanizmy ich funkcjonowania;	Metoda 1 Metoda 4
KLT2_W05	Student/ka rozumie przemiany rzeczywistości polityczno-społeczno-ekonomicznej i ich wpływ na rynek pracy artystów i rynek sztuki;	Metoda 1
KLT2_W07	Student/ka posiada rozszerzoną wiedzę o typowych rodzajach instytucji na rynku muzycznym, ich organizacji i funkcjonowaniu. Student/ka posiada szczegółową wiedzę o celach, organizacji i funkcjonowaniu instytucji – teatrów publicznych, prywatnych i non-profit – zorientowaną na zarządzanie tymi instytucjami;	Metoda 2 Metoda 3
KLT2_W10	Student/ka pozna podstawowe reguły i zasady praktycznego stosowania prawa autorskiego;	Metoda 5
KLT2_U01	Student/ka potrafi wyszukiwać, oceniać, selekcjonować i integrować informacje z różnych źródeł oraz formułować na tej podstawie krytyczne sądy, m.in. na temat funkcjonowania rynku pracy artystów i rynku sztuki;	Metoda 1 Metoda 2
KLT2_U02	Student/ka zna sposoby promocji książki na rynku i umie wskazać media mające znaczący wpływ na wizerunkowy i rynkowy sukces książki;	Metoda 4

KLT2_U07	Student/ka posiada umiejętności argumentacyjne w zakresie obrony interesów stron stosunków prawnych prawa autorskiego. Student/ka potrafi komunikować się, także z wykorzystaniem nowych technologii, posiada umiejętność merytorycznego argumentowania i prezentowania własnych poglądów na temat funkcjonowania teatrów publicznych, prywatnych i non profit;	Metoda 2 Metoda 5
KLT2_U10	Student/ka umie samodzielnie planować uczenie się przez całe życie oraz podejmować działania zmierzające do rozwijania zdolności i kierowania własną karierą zawodową, zwłaszcza w obszarze rynku muzycznego;	Metoda 3
KLT2_K04	Student/ka jest gotów/gotowa do uznania czynnika ekonomicznego oraz gospodarczego jako znaczącego dla działań podejmowanych w sektorach kreatywnych;	Metoda 1
KLT2_K05	Student/ka orientuje się w trendach wydawniczych i potrafi wskazywać kształtujące je czynniki. Student/ka interesuje się aktualnymi wydarzeniami na rynku sztuki, nowymi zjawiskami ekonomiczno-społecznymi związanymi z instytucjami teatru, rynkiem muzycznym oraz funkcjonowaniem artystów i twórców na rynku pracy.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3 Metoda 4

Treści programowe

1. Rynek pracy artystów, rynek sztuki

Opis:

W ramach konwersatorium na temat rynku pracy artystów zostaną przedstawione charakterystyczne cechy i uwarunkowania pracy artystów. Studenci będą także mieli możliwość poznania nowatorskiej koncepcji stworzenia rozwiązań o charakterze systemowym dedykowanej artystom na polskim rynku pracy. Ponadto zostaną zapoznani ze specyfiką, podstawowymi mechanizmami i ekonomicznymi uwarunkowaniami rynku sztuki.

Treści:

- Obraz rynku pracy artystów wyłaniający się z danych GUS, urzędów pracy i innych statystyk, z prasy drukowanej i elektronicznej, badań zagranicznych i polskich
- Podstawowe zagadnienia dotyczące rynku pracy artystów: monitorowanie; ścieżka dojścia do zawodu; droga zawodowa; sytuacja ekonomiczna; ubezpieczenia; interwencjonizm państwa. Perspektywa muzyków, plastyków, literatów
- Systemy wsparcia artystów i twórców – rozwiązania międzynarodowe
- Status artysty – aktualne prace nad wprowadzeniem statusu artysty w Polsce
- Rynek sztuki – ekonomiczna charakterystyka, mechanizmy

- Uwarunkowania rynku sztuki w Polsce i na świecie

Literatura obowiązkowa:

- D. Ilczuk, E. Gruszka, A. Jeran, T. Dudzik, *Artyści na rynku pracy*, Attyka, Kraków 2015.
- D. Ilczuk, *Ekonomika kultury*, PWN, Warszawa 2012.

2. Teatr publiczny, prywatny i non – profit**Opis:**

Warsztaty „teatr publiczny, prywatny i non profit” pozwolą studentom zgłębić specyfikę funkcjonowania instytucji teatru. Zaprezentowane zostaną modele organizacyjne teatru w Polsce oraz w wybranych krajach europejskich. W drugiej części zajęć zostanie przedstawiona specyfika zarządzania teatrem w różnych formach organizacyjno-prawnych.

Treści:

- Współczesna instytucja teatralna. Dzieje, cele, sposoby działania
- Teatry publiczne – zadania i problemy
- Teatry niepubliczne – misja za pół ceny
- Teatry komercyjne – czy zysk jest możliwy
- Zarządzanie instytucją teatru

Literatura obowiązkowa:

- K. Dragan, *Gra w nowych dekoracjach. Teatr publiczny pomiędzy rynkiem a demokracją*, Instytut Teatralny, Warszawa 2014.
- P. Płoski, *Przemiany organizacyjne teatru w Polsce w latach 1989–2009*, Warszawa 2009.

3. Rynek muzyczny**Opis:**

Założeniem głównym jest prezentacja zmieniających się elementów rynku muzycznego w Polsce i na świecie w XXI wieku i określenie dlaczego tak się dzieje. Celem kursu jest pomoc w zrozumieniu zależności panujących na rynku muzycznym, szczególnie w dobie rozwoju nowych technologii i serwisów internetowych. Ponadto określenie korelacji zasad profesjonalnego funkcjonowania i efektów ekonomicznych. Perspektywa agenta artysty zostanie uzupełniona o ważną dla wszystkich uczestników tego rynku (także samych artystów) rolę wydawnictw płytowych, publishingów, menedżerów artystów, organizatorów koncertów, mediów i promotorów.

Treści:

- Uczestnicy rynku muzycznego i zmiany w ostatnich latach w Polsce i na świecie.
- Wytwórnice fonograficzne.
- Publishingi – prawa autorskie, wykonawcze i producenckie.
- Managementy, menedżerowie, agenci.
- Media, nowe media i marketing w branży muzycznej
- Organizatorzy imprez muzycznych, booking agenci i promotorzy koncertowi
- Debiut artysty – wszystkie elementy i plan debiutu.
- Trasa koncertowa, a koncerty.
- Optymalne modele biznesowe na rynku muzycznym z punktu widzenia agenta artysty.
- Strategie i sposoby wyjścia na rynki międzynarodowe.
- Serwisy streamingowe w Polsce i na świecie.
- Sponsoring i inne projekty specjalne – przegląd spektakularnych typów umów, wydarzeń i produktów związanych z wykorzystaniem wizerunku, repertuaru lub koncertów artystów na rynku reklamy.

Literatura obowiązkowa:

- P. Gałuszka, *Biznes muzyczny. Ekonomiczne i marketingowe aspekty fonografii*, Placet, Warszawa 2000.

4. Rynek książki**Opis:**

Celem kursu jest przedstawienie najważniejszych składowych rynku książki oraz szczegółowa analiza procesu wydawniczego. Ponadto poruszone zostaną elementy promocji na rynku wydawniczym oraz kluczowe działania mające wpływ na wizerunkowy i rynkowy sukces książki. Zostaną zaprezentowane najważniejsze instytucje rynku książki, które potencjalnie mogą się stać przyszłym miejscem pracy studentów i studentek.

Treści:

- Omówienie elementów składowych rynku książki:
 - najważniejsze wydawnictwa w kraju, podział według wielkości i specyfiki oferty
 - dystrybucja
 - kanały sprzedaży
 - rynek książki w formacie elektronicznym
- Cele i funkcjonowanie najważniejszych instytucji rynku książki (np. Polska Izba Książki)
- Instytucjonalne, państwowe i miejskie, oraz społeczne promowanie literatury i czytelnictwa (Instytut Książki, festiwale literackie)
- Analiza procesu wydawniczego na wybranych przykładach (dobór oferty, współpraca z agentami literackimi, prowadzenie tytułu, redakcja, skład, druk i promocja książki oraz ich wpływ na cenę książki)
- Sposoby promocji książki w mediach i na rynku (promocja produktu i promocja sprzedaży). Analiza potencjału i funkcjonowania mediów mających wpływ na wizerunkowy i rynkowy sukces książki (radio i TV, prasa, Internet, blogosfera, media społecznościowe)
- Omówienie trendów wydawniczych i analiza czynników mających wpływ na popularność tytułu na rynku książki (np. dystrybucja, promocja, sprzedaż).

Literatura obowiązkowa:

- R. Towse, *Ekonomia kultury. Kompendium*, Narodowe Centrum Kultury Warszawa 2012.
- Rozmowy z fachowcami branży w serii:
<https://www.dwutygodnik.com/archiwum/tagi/projekt-ksiazka.html>

5. Prawo autorskie i prawa pokrewne**Opis:**

W ramach wykładów z prawa autorskiego i praw pokrewnych studenci i studentki poznają najważniejsze aspekty prawne dotyczące funkcjonowania utworów. Formuła zajęć przewiduje analizę przypadków prawnych, co ma na celu przedstawienie problematyki stosowania prawa w praktyce działalności przyszłych agentów artystów i twórców.

Treści:

- Utwór
- Ustalenie postaci utworu
- Prawa osobiste i majątkowe
- Roszczenia prawa autorskiego
- Utwory zbiorowe, antologie
- Uchylenie ochrony, utwory twórczości równoległej
- Dysponowanie utworem, w tym udzielenie licencji
- Umowy prawa autorskiego
- Pracownicze prawa autorskie
- Egzekwowanie praw

Literatura obowiązkowa:

- R. Markiewicz, *Ilustrowane prawo autorskie*, Wolters Kluwer, 2018.
- K. Gliściński, *Wszystkie prawa zastrzeżone*, Fundacja Nowoczesna Polska 2016.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Prezentacja ustna	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: powyżej 10• maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 2	Praca pisemna	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: powyżej 10• maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 3	Test pisemny	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: powyżej 10

		<ul style="list-style-type: none"> • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 4	Kolokwium pisemne	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: powyżej 10 • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 5	Egzamin pisemny	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: powyżej 10 • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na warsztatach i konwersatorium (dopuszczalna jedna nieusprawiedliwiona nieobecność);
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Ekonomia. Prawo		Formy: konwersatorium ćwiczenia	Obligatoryjność: przedmiot specjalnościowy
Kierunek studiów: Kulturoznawstwo Specjalność: Menedżer, agent, producent		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: pierwszy	Liczba godzin w planie studiów: 48	Liczba punktów ECTS: 8
Składowe przedmiotu			
<ol style="list-style-type: none">1. Podstawy ekonomii, konwersatorium, 12h.2. Przedsiębiorczość, ćwiczenia, 12h.3. Ekonomia kultury, konwersatorium, 24h.			

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi, wprowadzającymi zagadnieniami z zakresu ekonomii, finansowania (z elementami uwarunkowań prawnych w kulturze i branżach kreatywnych) oraz przykładów z przedsiębiorczości niezbędnych dla przyszłych pracowników podmiotów gospodarki kreatywnej. Studenci i studentki poznają podstawowe mechanizmy i prawa ekonomii, elementarne zagadnienia makro- i mikroekonomii. Zajęcia z przedsiębiorczości poruszały będą w szczególności praktyczny wymiar działalności przyszłych menedżerów w kulturze, z uwzględnieniem prawnych uwarunkowań działalności gospodarczej. Zajęcia z ekonomiki kultury dotyczyć będą podstawowych zasad działalności na rynku kultury. Studentki i studenci poznają specyfikę finansowania podmiotów publicznych i prywatnych (komercyjnych i non profit) co ułatwi im przyszłą pracę na stanowiskach menedżerskich i prowadzenie własnej działalności w obszarze gospodarki kreatywnej.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
-------------------------------------	---------------------------------	---------------------------------

KLT2_W02	Student/ka zna terminologię związaną z finansowaniem kultury w krajach europejskich;	Metoda 2
KLT2_W03	Student/ka umie wyjaśnić podstawowe pojęcia ekonomiczne: rzadkość dóbr; wybór ekonomiczny; koszt alternatywny; rynek; podaź i popyt; równowaga rynkowa, nadwyżka konsumenta i producenta, użyteczność, konsumpcja. Ma uporządkowaną, pogłębioną wiedzę szczegółową na temat finansowych aspektów funkcjonowania podmiotów zaliczanych do obszaru gospodarki kreatywnej, zorientowaną na zastosowania praktyczne w wybranej sferze działalności;	Metoda 1 Metoda 2
KLT2_W04	Student/ka wie, co to są instytucje (formalne i nieformalne) oraz rozumie znaczenie analizy instytucjonalnej we współczesnej ekonomii;	Metoda 1
KLT2_W05	Student/ka potrafi zidentyfikować główne sektory gospodarki i przepływy między nimi. Rozumie sposoby interakcji rynku i sektora publicznego.	Metoda 1
KLT2_W07	Student/ka ma rozszerzoną wiedzę o zasadach finansowania w warunkach trzech sektorów gospodarki kreatywnej (publiczny, non profit, komercyjny). Ma podstawową wiedzę o zasadach i sposobie funkcjonowania oraz zarządzania własną firmą.	Metoda 2 Metoda 3
KLT2_U01	Student/ka potrafi znaleźć w Internecie, pobrać i zinterpretować dane dotyczące podstawowych wielkości charakteryzujących gospodarkę narodową oraz wartości kulturowe dominujące w społeczeństwie oraz poziom wolności gospodarczej danego kraju. Wie, dokąd sięgać, by znaleźć wiedzę i informacje (w tym dane statystyczne) nieznające się w podstawowym podręczniku – ma orientację w strukturze wiedzy z dziedziny ekonomii i społecznej odpowiedzialności biznesu. Umie analizować wpływ państwa na cenę i ilość równowagi na danym rynku oraz stwierdzać, kto na takiej interwencji zyskuje, a kto traci. Umie opisać i ocenić krótkookresową efektywność podstawowych typów polityki gospodarczej. Umie posługiwać się prostymi wykresami dla zilustrowania podstawowych sytuacji i problemów analizowanych przez ekonomię. Potrafi korzystać z najnowszych badań (polskich i zagranicznych) dot. finansowania kultury.	Metoda 1 Metoda 2

KLT2_U10	Student/ka rozumie potrzebę analizowania informacji i zna źródła wiedzy dot. zmian w otoczeniu prowadzonej działalności gospodarczej.	Metoda 3
KLT2_K04	Student/ka rozumie relacje między regulacją państwa a wolnością gospodarowania oraz zróżnicowane skutki tej pierwszej dla interesów różnych grup społecznych i różnych wartości kulturowych. Rozumie znaczenie społecznej odpowiedzialności biznesu. Rozumie istotę zdecentralizowanego mechanizmu koordynacji działań społecznych w sferze gospodarczej (ryнку), jako gry o sumie dodatniej. Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga problematykę związaną z prowadzeniem własnej firmy.	Metoda 1 Metoda 3
KLT2_K06	Student/ka rozumie zależności (spójne i konfliktowe) między działaniem uznanym za etyczne a działaniem ekonomicznie efektywnym; odnosi to do szerszego zagadnienia różnicy między normatywną a pozytywną analizą ekonomiczną. Potrafi samodzielnie odnajdywać informacje o zmianach w ekonomicznym i regulacyjnym otoczeniu firmy oraz identyfikować ich potencjalny wpływ na funkcjonowanie firmy.	Metoda 1 Metoda 3

Treści programowe

1. Podstawy ekonomii

Opis:

Celem zajęć jest zapoznanie studentów i studentki z podstawowymi pojęciami współczesnej mikro- i makroekonomii. Kurs daje uczestnikom wyobrażenie o tym, czym zajmuje się ekonomia – jakie podstawowe problemy próbuje rozwiązać i jakimi narzędziami się posługuje. W ten sposób przyszli menedżerowie kultury będą przygotowani do dalszego zgłębiania tajników ekonomii, także we własnym zakresie.

Treści:

- Wstęp do mikroekonomii i wprowadzenie podstawowych zagadnień
- Ekonomia jako nauka a praktyka życia gospodarczego i biznesu
- Siły rynkowe: popyt i podaż
- Podaż i popyt a polityka państwa
- Wstęp do makroekonomii
- Pomiar produktu i dochodu
- Ekonomia instytucjonalna

Literatura obowiązkowa:

- G.N. Mankiw, M.P. Taylor, *Mikroekonomia*, PWE, Warszawa 2009.

2. Ekonomia kultury**Opis:**

Podstawowym celem kursu jest przekazanie studentom i studentkom wiedzy z zakresu ekonomiki kultury. W ramach poszczególnych zajęć poruszone zatem zostaną najważniejsze zagadnienia dotyczące tego obszaru (ze szczególnym uwzględnieniem problematyki modeli finansowania kultury, sektora non-profit, rynku pracy twórców, gospodarki kreatywnej etc.). Studenci i Studentki poznają także charakterystyki wybranych przemysłów kultury i przemysłów kreatywnych w Polskiej i na świecie (książka, kinematografia, fonografia, prasa, telewizja, reklama, rynek sztuki etc.)

Treści:

- Wprowadzenie do ekonomiki kultury
- Finansowanie kultury. Zasady, formy i kryteria finansowania kultury ze środków publicznych, w Polsce i za granicą. Publiczne instytucje kultury;
- Sektor non profit w kulturze - geneza i rozwój. Możliwości finansowania kultury w ramach tzw. trzeciego sektora (fundacje i stowarzyszenia). Działalność pożytku publicznego;
- Od przemysłów kultury po gospodarkę kreatywną – ewolucja terminu, z punktu widzenia różnych organizacji międzynarodowych i państw europejskich;
- Terminy powiązane - gospodarka kreatywna, miasto kreatywne, klasa kreatywna, gospodarka doznań;
- Przemysły kultury, przemysły kreatywne: książka, kinematografia, fonografia, prasa, radio, telewizja, reklama. Rynek sztuki. Zagadnienia: organizacja rynku, struktura własnościowa, interwencjonizm państwa i oferta rynkowa. Z perspektywy Europy, Polski, Warszawy.

Literatura obowiązkowa:

- D. Ilczuk, *Ekonomia kultury*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.
- R. Towse, *Ekonomia kultury. Kompendium*, NCK, Warszawa 2011.

3. Przedsiębiorczość**Opis:**

Na zajęciach przedstawione zostaną podstawowe pojęcia oraz praktyczne aspekty podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce i w Europie. Prowadzący oprócz teorii przedstawia faktyczne formy i sposoby funkcjonowania firm. Głównym celem zajęć jest wyjaśnienie jak rozpocząć i prowadzić własną firmę oraz m.in. z jakich instrumentów finansowania można skorzystać.

Treść:

- Co to jest działalność gospodarcza? (podstawowe pojęcia, formy prawne, przepisy)
- Jak otworzyć swoją firmę, uzyskać finansowanie i zamówienia
- Jak dokonać zgłoszenia i rozliczać podatki, składki ubezpieczeniowe oraz pracowników, kiedy i jakie dodatkowe kroki są niezbędne do podjęcia działalności, analiza otoczenia przedsiębiorstwa
- Warsztat zaliczeniowy (jaki jest plan na Twoją firmę?)

Literatura obowiązkowa:

- www.biznes.gov.pl (wybrane aktualne informacje zawarte w serwisie)
- www.firma.gov.pl (wybrane aktualne informacje zawarte w serwisie)

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Test końcowy pisemny	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: 13• maksymalna liczba punktów do zdobycia: 25
Metoda 2	Egzamin ustny z prezentacją	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: 26• maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 3	Projekt	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: 13• maksymalna liczba punktów do zdobycia: 25

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na zajęciach (dopuszczalna jedna nieusprawiedliwiona nieobecność);
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Menedżer kultury	Formy: ćwiczenia wykład warsztaty	Obligatoryjność: przedmiot specjalnościowy
--	---	--

Kierunek studiów: Kulturoznawstwo Specjalność: Menedżer, agent, producent	Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
---	---	-----------------------------------

Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: drugi	Liczba godzin w planie studiów: 48	Liczba punktów ECTS: 8
---	--------------------------	---	-------------------------------

Składowe przedmiotu

1. Zamówienia publiczne, ćwiczenia, 12h.
2. Prawne aspekty działalności kulturalnej, wykład, 12h.
3. Zarządzanie dziedzictwem kulturowym, warsztaty, 12h.
4. Zarządzanie projektem, ćwiczenia, 12h.

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot jest pierwszym z serii zagadnień wprowadzających studentów i studentki do podstawowej problematyki, związanej z praktyką działalności menedżerów kultury. W ramach przedmiotu „menedżer kultury” przewidziano przedstawienie podstawowych zagadnień związanych z zamówieniami publicznymi, elementarnymi prawnymi aspektami w działalności kulturalnej, a także zarządzania projektami. Ponadto wprowadzono szczegółową charakterystykę działalności menedżerów kultury w obszarze zarządzania dziedzictwem. Problematyka działalności w innych sektorach zostanie kontynuowana na dalszych przedmiotach.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
-------------------------------------	---------------------------------	---------------------------------

KLT2_W03	Student/ka posiada uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą kluczowe dla kulturoznawstwa zagadnienia, ukierunkowaną na zastosowanie w praktyce;	Metoda 4
KLT2_W05	Student/ka potrafi zaplanować działania mające na celu ochronę dziedzictwa oraz zaprojektować organizację chroniącą dziedzictwo;	Metoda 1
KLT2_W07	Student/ka posiada szczegółową wiedzę o organizacji i funkcjonowaniu instytucji związanych z wybraną sferą działalności kulturowej;	Metoda 4 Metoda 2
KLT2_W08	Student/ka rozumie budowę i funkcje systemu kultury oraz posiada wiedzę zorientowaną na tworzenie rozwiązań o charakterze systemowym w zakresie wybranej dziedziny działalności;	Metoda 4
KLT2_W10	Student/ka zna zasady ochrony prawa autorskiego i własności przemysłowej;	Metoda 4
KLT2_U01	Student/ka potrafi wyszukiwać, oceniać, selekcjonować i integrować informacje z różnych źródeł oraz formułować na tej podstawie krytyczne sądy;	Metoda 4 Metoda 2
KLT2_U04	Student/ka potrafi zaplanować działania mające na celu ochronę dziedzictwa oraz zaprojektować organizację chroniącą dziedzictwo;	Metoda 1
KLT2_U06	Student/ka potrafi opracowywać i prezentować wiedzę -- w tym opartą o wyniki własnych badań oraz efekty pracy projektowej -- kręgom odbiorców o różnych kompetencjach kulturowych;	Metoda 1, Metoda 2
KLT2_U07	Student/ka potrafi komunikować się -- również z wykorzystaniem nowych technologii -- z członkami wielokulturowego i interdyscyplinarnego zespołu realizującego projekty badawcze bądź animacyjne;	Metoda 2
KLT2_K04	Student/ka jest gotów do uznania czynnika ekonomicznego oraz gospodarczego jako znaczącego dla działań podejmowanych w sektorze kultury;	Metoda 2

KLT2_K05	Student/ka potrafi rozpoznać dziedzictwo lokalne oraz zaprojektować sposoby zachowania dziedzictwa.	Metoda 1
----------	---	----------

Treści programowe

1. Zarządzanie dziedzictwem kulturowym

Opis:

W ramach kursu zostanie przedstawiona szczegółowa charakterystyka zarządzania dziedzictwem materialnym i niematerialnym. Studenci i studentki poznają podstawowe cele oraz metody zarządzania dziedzictwem. Ponadto omówiony zostanie system prawny zarządzania dziedzictwem, a także jego najważniejsze podmioty.

Treści:

- Pojęcie zabytku, dobro kultury, dziedzictwo materialne i niematerialne.
- System prawny ochrony dziedzictwa
- Własność dziedzictwa, dziedzictwo jako zasób, wartość dziedzictwa
- Cele zarządzania dziedzictwem
- Metody zalecanych działań
- Zarządzanie dziedzictwem – analiza makro-otoczenia
- Podmioty zarządzania dziedzictwem
- Zarządzanie dziedzictwem – analiza interesariuszy
- Listy Światowe i Krajowe dziedzictwa

Literatura obowiązkowa:

- K. Kowalski, *O istocie dziedzictwa europejskiego – rozważania*, MCK, Kraków 2013.
- Ł. Gawęł, red., *Zarządzanie dziedzictwem. Problemy, obszary, definicje*, Kraków 2016.

2. Zamówienia Publiczne

Opis:

W ramach kursu studenci zostaną wprowadzeni w tematykę zamówień publicznych. Formuła zajęć przewiduje praktycznych charakter zajęć. Na konkretnych przykładach z działalności menedżerów kultury studenci i studentki poznawac będą aspekty prawne tej problematyki. Na zajęciach omówione zostaną szczegółowo umowy o wykonanie zamówienia publicznego.

Treści:

- Wprowadzenie do trybów udzielania zamówień publicznych, z uwzględnieniem Dyrektyw UE oraz omówienie podstawowych trybów udzielania zamówień – wykład,
- Progi stosowania ustawy PZP, omówienie zasad udzielania zamówień – wykład, dyskusja ze studentami,
- Negocjacyjne tryby udzielania zamówień publicznych – wykład, dyskusja ze studentami,
- Jak prawidłowo ocenić przesłanki stosowania zamówienia z wolnej ręki, procedura udzielenia zamówienia w omawianym trybie – wykład, dyskusja ze studentami,
- Przeprowadzenie postępowania w trybie przetargu podstawowym oraz konkursu na twórcze prace projektowe – wykład, dyskusja ze studentami,
- Dokumentowanie czynności związanych z prowadzeniem postępowania, praktyka prowadzenia posiedzeń Komisji – wykład, dyskusja ze studentami,
- Zasady prowadzenia negocjacji z wykonawcami oraz elektroniczna systemy udzielania zamówień publicznych – wykład, dyskusja ze studentami,
- Umowy o wykonanie zamówienia publicznego, omówienie istotnych postanowień umowy.

Literatura obowiązkowa:

- Ustawa Prawo zamówień publicznych
- Orzecznictwo Krajowej Izby Odwoławczej
- Ustawa o finansach publicznych
- Ustawa o naruszeniu dyscypliny finansów publicznych

3. Zarządzanie projektem**Opis:**

Podczas zajęć kontynuowana będzie problematyka zarządzania, tym razem z zakresu zarządzania projektami. Przedstawiona zostanie specyfika i etapy zarządzania projektem w sektorach kreatywnych. Ponadto omówiona będzie szczegółowo specyfika pracy w projektach komercyjnych, kooperacji marek z artystami, a także współpraca ze sponsorami.

Treści:

- Podstawy pracy projektowej, specyfika zarządzania projektem w sektorach kultury, start projektu, ustalanie kpi, definiowanie projektu, diagnozowanie potrzeb, grupa docelowa, analiza SMART i SWOT;
- Specyfika pracy w projektach komercyjnych, kooperacja marek z artystami, partycypacja sponsora w projektach, pozyskiwanie sponsorów;
- Planowanie projektu, burza mózgów, kosztorys tworzenie strategii projektu, harmonogram projektu, estymacja rezultatów projektu;
- Promocja projektu, media tradycyjne i onlinowe, nowe narzędzia digitalowe, content marketing, social media, targetowanie promocji, patroni;
- Realizowanie projektu, etapy projektu, problemy i zagrożenia podczas realizacji projektu;
- Kontrola i monitorowanie projektu;
- Zamykanie projektu, rozliczenie i podsumowanie projektu;
- Rozmowy z praktykami z branży kulturalnej i wydawniczej.

Literatura obowiązkowa:

- M. Żmigrodzki, *Zarządzanie projektami dla początkujących. Jak zmienić wyzwanie w proste zadanie*, Wydawnictwo Onepress, 2019

5. Prawne aspekty działalności kulturalnej**Opis:**

Zajęcia służą poznaniu podstawowych zagadnień na temat współczesnej organizacji działalności kulturalnej. W celu realizacji tematu w toku zajęć odbywa się przegląd ustaw regulujących funkcjonowanie sektorów obiegu kulturowego, omawiane są przykładowe instytucje i organizacje oraz problemy prawne. Zajęcia wprowadzają w problematykę projektów kulturowych.

Treści:

- Podstawowe definicje, pojęcia - ustawa o organizowaniu i prowadzeniu działalności kultury,
- Struktura organizacyjna instytucji kultury i źródła finansowania
- Organizacje pozarządowe w kulturze (fundacje, stowarzyszenia, instytucje i organizacje religijne)
- Projekty kulturalne (zasady tworzenia i zarządzanie projektem, źródła finansowania, przykłady projektów, rola animatora kultury i menadżera, projekty własne)
- Instytucje kultury a ochrona praw autorskich i własności przemysłowej.

Literatura obowiązkowa:

- R. Barański, *Finansowanie działalności kulturalnej*, wyd. 2, 2015.
- J. Przybylska, *Finansowanie działalności kulturalnej w Polsce*, Poznań 2007

Wykaz aktów prawnych:

- Ustawa z dnia 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu działalności kultury, tj. Dz. U. z 2020 r. poz. 194.
- Ustawa z dnia 6 kwietnia 1984 roku o fundacjach
- Ustawa z dnia 7 kwietnia 1989 roku Prawo o stowarzyszeniach;

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Projekt	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: 13• maksymalna liczba - 25

Metoda 2	Prezentacja.	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: 13 • maksymalna liczba - 25
Metoda 3	Praca pisemna	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: 13 • maksymalna liczba - 25
Metoda 4	Projekt kulturalny	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: 13 • maksymalna liczba - 25

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na warsztatach. Dopuszczalna jedna nieusprawiedliwiona nieobecność;
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Od teorii w praktykę		Formy: ćwiczenia/e-learning konwersatorium wykład	Obligatoryjność: przedmiot specjalnościowy
Kierunek studiów: Kulturoznawstwo Specjalność: Menedżer, agent, producent		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: czwarty	Liczba godzin w planie studiów: 60	Liczba punktów ECTS: 8
Składowe przedmiotu			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Polityka kulturalna, governance, ćwiczenia/e-learning, 24h. 2. Produkcja i organizacja dużych wydarzeń, konwersatorium, 12h. 3. Spotkania z artystami, producentami, agentami i menedżerami kultury, wykład, 24h. 			

Miejsce przedmiotu w programie studiów
<p>W działalności agentów, menedżerów i producentów niezbędna jest umiejętność świadomego wykorzystania elementów teorii w praktyce. Moduł jest podsumowaniem cyklu przedmiotów specjalnościowych, stanowi swoistą konfrontację nabytych umiejętności, kompetencji i wiedzy z praktyką i doświadczeniem ekspertów oraz samych studentów. Takie założenie stało się zasadniczym powodem wprowadzenia do programu ostatniego semestru spotkań z artystami, producentami, menedżerami i agentami. Program przedmiotu uzupełniony jest o praktyczne zagadnienia związane z polityką kulturalną oraz problematyką organizacji dużych wydarzeń - o wielowymiarowym i złożonym stopniu zaawansowania umiejętności menedżerskich, rozwijanych w poprzednich modułach specjalnościowych. Przedmiot ma umożliwić studentkom i studentom podejmowanie dalszych własnych decyzji i działań zmierzających do świadomego kierowania własną karierą zawodową.</p>

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_W03	Student/ka posiada uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę na temat modeli polityki kulturalnej ukierunkowaną na zastosowanie w praktyce;	Metoda 1
KLT2_W04	Student/ka zna wybrane współczesne zjawiska kulturowe, praktyki artystyczne, mając przy tym świadomość ich społecznego, politycznego i ekonomicznego uwarunkowania;	Metoda 3
KLT2_W07	Student/ka posiada szczegółową wiedzę o organizacji i funkcjonowaniu dużych wydarzeń kulturalnych;	Metoda 2
KLT2_W08	Student/ka rozumie budowę i funkcje systemu kultury oraz posiada wiedzę zorientowaną na tworzenie rozwiązań o charakterze systemowym w polityce kulturalnej;	Metoda 1
KLT2_U01	Student/ka potrafi wyszukiwać, oceniać, selekcjonować i integrować informacje z różnych źródeł oraz formułować na tej podstawie krytyczne sądy dotyczące rozwiązań w polityce kulturalnej w Polsce i innych wybranych krajach;	Metoda 1
KLT2_U06	Student/ka potrafi opracowywać i prezentować wiedzę w oparciu o własne doświadczenia;	Metoda 3
KLT2_U08	Student/ka potrafi pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, w tym w szczególności rolę lidera zespołu projektowego;	Metoda 2
KLT2_K05	Student/ka jest gotów/gotowa do aktywnego uczestniczenia w życiu kulturalnym, interesowania się aktualnymi wydarzeniami kulturalnymi, nowatorskimi formami wyrazu artystycznego oraz nowymi zjawiskami społecznymi i artystycznymi;	Metoda 3

KLT2_K06	Student/ka jest gotów/gotowa do projektowania i realizacji dalszej kariery zawodowej zgodnej z zasadami etycznymi właściwymi dla kulturoznawstwa oraz do działania na rzecz wdrażania zasad prorównościowych w środowisku pracy.	Metoda 3
----------	--	----------

Treści programowe

1. Polityka kulturalna, governance

Opis:

Głównym założeniem kursu jest połączenie zagadnień teoretycznych – dotyczących mechanizmów polityki kulturalnej na szczeblu państwowym i samorządowym – z praktyką ich funkcjonowania. Oprócz zdobywania wszechstronnej wiedzy na temat struktury, założeń i realizacji strategii zarządzania kulturą w sferze publicznej, uczestniczki i uczestnicy kursu będą mieli możliwość nabyć specjalistyczne umiejętności praktycznej analizy i diagnozy stosowanych narzędzi polityki kulturalnej oraz pogłębić wiedzę z zakresu praktyki tworzenia rozwiązań o charakterze systemowym w kulturze. Omawiane zagadnienia dotyczyć będą zarówno doświadczeń polskich, jak i realizacji polityki kulturalnej w innych krajach Unii Europejskiej. Tematyka zajęć prowadzonych za pośrednictwem platformy internetowej obejmuje m.in. zagadnienia związane z ujęciem historycznym polityki kulturalnej i jej instrumentów, strukturą organów administracji kulturalnej oraz finansowaniem kultury. Treści programowe ćwiczeń audytoryjnych są uzupełnieniem zajęć prowadzonych w formie kursu e-learningowego. Treści programowe obydwu form kursów są ze sobą ściśle powiązane.

Treści:

- Polityka kulturalna, governance, interwencjonizm publiczny – definicje, cele, zasady
- Przemiany polityki kulturalnej
- Modele polityki kulturalnej, struktura administracji kulturalnej, polityka kulturalna Unii Europejskiej
- Publiczne finansowanie kultury, wydatki na kulturę
- Instrumenty polityki kulturalnej; wsparcie dla artystów i twórców
- Polityka kulturalna miast – przykłady
- Efektywność polityki kulturalnej

Literatura obowiązkowa:

- *Cultural Policies in Europe: Compendium of Basic Facts and Trends*, Council of Europe and ERICarts, www.culturalpolicies.net
- D. Ilczuk, E. Gruszka-Dobrzyńska, Z. Socha, W. Hazanowicz, *Policzone, policzeni! Artyści i artystki w Polsce*, Wydawnictwo Uniwersytetu SWPS, Elipsa, Warszawa 2020.

2. Produkcja i organizacja dużych wydarzeń

Opis:

Celem przedmiotu jest wprowadzenie studentów w problematykę organizacji dużych wydarzeń, a także poznanie specyfiki pracy kuratora i producenta kreatywnego. Zajęcia mają charakter praktyczny – zadaniem studentów będzie opracowanie autorskiego, kompleksowego programu festiwalu artystycznego, zawierającego elementy takie jak tekst kuratorski, zakładane cele i rezultaty, proponowany program artystyczny, harmonogram, ramowy budżet, strategię komunikacyjną i promocyjną, oraz charakterystykę grup odbiorców.

Treści:

- Wprowadzenie do tematyki zajęć, wstęp teoretyczny dotyczący specyfiki pracy kuratora i producenta kreatywnego przy dużych wydarzeniach kulturalnych, przedstawienie warunków zaliczenia.
- Prezentacja koncepcji kuratorskiej programu realizowanego w ramach zaliczenia zajęć. Szczegółowe omówienie elementów projektu.
- Konsultacje indywidualne, praca nad projektami.
- Prezentacja i obrona projektów przygotowanych na zaliczenie.

Literatura obowiązkowa:

- M. Brenson, *The Curator's Moment*. Art Journal, vol. 57, No 4, 1998, dostęp: <http://www.mjfdesign.net/terri/4ccuratorsmoment.pdf>
- A. Szyłak, *Buszujący w sztuce: kim jest kurator wystaw sztuki współczesnej?*, 2020, <http://magazyn.o.pl/2002/aneta-szylak-kurator-wystaw-sztuki-wspolczesnej/>

3. Spotkania z artystami, producentami, agentami i menedżerami kultury

Opis:

Celem wykładów jest poszerzenie i skonfrontowanie przez studentki i studentów zdobytej podczas studiów wiedzy, nabytych umiejętności i kompetencji na bezpośrednich spotkaniach z gośćmi specjalnymi – artystami, twórcami oraz praktykami-ekspertami działającymi w sektorach kreatywnych. Założeniem kursu jest ponadto wymiana doświadczeń zawodowych samych studentów i studentek. W zajęciach uczestniczyć będą przedstawiciele różnych branż sektora kreatywnego. Zaproszeni eksperci podzielą się najważniejszymi spostrzeżeniami z własnych doświadczeń zawodowych. Na zakończenie każdego spotkania zaplanowano aktywny udział Uczestników warsztatów w dyskusji dotyczącej świadomego kierowania własną karierą zawodową. Kurs stanowi podsumowanie cyklu przedmiotów specjalności „menedżer-agent-producent“.

Treść:

Zajęcia z poszczególnymi ekspertami prowadzone będą wg następującego scenariusza:

- Wprowadzenie do tematyki danej branży – charakterystyka rynku
- Specyfika pracy
- Specyfika grup odbiorców
- Przykładowe problemy z praktyki menedżerów i artystów
- Studium przypadku
- Dyskusja

Literatura obowiązkowa:

- M. Dragicevic-Sesic, B. Stojkovic, *Kultura: Zarządzanie, animacja, marketing*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2020.
- G. Hagoort, *Przedsiębiorczość w kulturze*, Wydawnictwo UJ, Kraków 2008.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Realizacja zadań	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: powyżej 20• maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 2	Projekt	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: powyżej 20• maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 3	Prezentacja	<ul style="list-style-type: none">• zdobycie minimalnej liczby punktów: powyżej 20• maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na ćwiczeniach i konwersatorium (dopuszczalna jedna nieusprawiedliwiona nieobecność);
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Producent		Formy: wykład warsztaty konwersatorium	Obligatoryjność: przedmiot specjalnościowy
Kierunek studiów: Kulturoznawstwo Specjalność: Menedżer, agent, producent		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: drugi	Liczba godzin w planie studiów: 60	Liczba punktów ECTS: 10
Składowe przedmiotu			
<ol style="list-style-type: none">1. Przedsiębiorczość w sektorze kreatywnym, warsztaty, 24h.2. Ekonomia mediów, wykład, 12h.3. Produkcja filmowa, konwersatorium, 12h.4. Kultura i technologie, wykład, 12h.			

Miejsce przedmiotu w programie studiów

W ramach modułu studenci mają możliwość zapoznania się ze specyfiką działalności producenta, zarówno w kontekście dynamicznie zmieniających się uwarunkowań rynku (jak przemiany technologiczne), jak i jego funkcjonowania jako przedsiębiorcy. Przedmiot stanowi dopełnienie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, które są realizowane w ramach modułów „agent“ i „menedżer kultury“. Studenci i studentki zostaną zapoznani ze specyfiką działalności przedsiębiorstwa medialnego wraz ze szczegółową charakterystyką jego finansowania. Zostaną także przedstawione najważniejsze praktyczne zagadnienia związane z pracą producenta filmowego, m.in. jego funkcje na poszczególnych etapach powstawania filmu, źródła finansowania produkcji filmowej, omówione zostaną także tendencje na polskim i światowym rynku filmowym. Dopełnieniem modułu są warsztaty z przedsiębiorczości, podczas których uczestnicy będą mogli poznać najważniejsze narzędzia i praktyczne rozwiązania niezbędne dla efektywnego funkcjonowania podmiotów sektora kreatywnego.

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
KLT2_W03	Student/ka posiada uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę na temat strategii działania podmiotów sektora kreatywnego, ukierunkowaną na zastosowanie w praktyce;	Metoda 4 Metoda 5
KLT2_W04	Student/ka zna realia współczesnej branży filmowej, zasady działań instytucji filmowych w Polsce oraz wytyczne dot. finansowania produkcji filmowej oraz innych projektów filmowych;	Metoda 3
KLT2_W05	Student/ka rozumie konieczność nabycia wiedzy i narzędzi do oceny dzieł powstałych za pomocą nowych technologii, a także odniesienie przemian zachodzących w procesie ich kreacji w stosunku do sytuacji polityczno-społeczno-ekonomicznej;	Metoda 1
KLT2_W06	Student/ka ma pogłębioną wiedzę o odbiorcach kultury oraz pogłębioną wiedzę o metodach diagnozowania ich potrzeb i oceny jakości usług związanych z działalnością w różnych systemach kulturowych. Ma pogłębioną wiedzę na temat nowych sposobów tworzenia kultury za pomocą nowych technologii (np. animacje CGI, gry wideo);	Metoda 1 Metoda 2
KLT2_U06	Student/ka potrafi opracowywać i prezentować wiedzę oraz efekty pracy projektowej;	Metoda 2 Metoda 4
KLT2_U07	Student/ka potrafi wskazać źródła finansowania produkcji filmowej oraz limity kosztów, a także obowiązki i prawa producenta filmowego.	Metoda 3
KLT2_U08	Student/ka posiada umiejętność merytorycznego argumentowania z wykorzystaniem własnych poglądów oraz poglądów innych autorów, formułowania własnych wniosków oraz tworzenia syntetycznych podsumowań.	Metoda 2

KLT2_K01	Student/ka jest gotów/gotowa do krytycznej oceny posiadanej, zdobywanej oraz wytwarzanej przez siebie wiedzy, co umożliwi mu wykonanie recenzji dzieł kultury z zakresu nowych technologii.	Metoda 1
KLT2_K04	Student/ka jest gotów/gotowa do uznania czynnika ekonomicznego oraz gospodarczego jako znaczącego dla działań podejmowanych w przedsiębiorstwach sektora kreatywnego.	Metoda 4 Metoda 5
KLT2_K05	Student/ka jest gotów/gotowa do aktywnego uczestnictwa w życiu kulturalnym związanym z nowymi technologiami oraz interesowania się nowoczesnymi rozwiązaniami technologicznymi i ich wytworami.	Metoda 1

Treści programowe

4. Kultura i technologie

Opis:

Na wykładach z „kultury i technologii” zostaną omówione m.in. nowe sposoby tworzenia dóbr kultury z uwzględnieniem przemian technologicznych, zostanie także przedstawiona specyfika działalności takich producentów, jak Youtuber, czy streamer. Omówione zostaną także współczesne tendencje i uwarunkowania rynku kultury w kontekście zmian technologicznych.

Treść:

- Nowe technologie a kultura – poszerzenie dostępu do dóbr kultury za pomocą m.in. Internetu, wirtualnej rzeczywistości i pojawienie się nowych producentów np. Youtuberów, streamerów itd.
- Nowe sposoby tworzenia dóbr kultury i nowe sposoby ich oceniania (gry wideo, animacje komputerowe).
- Analiza wybranych dzieł i wyróżnienie podstawowych elementów podlegających ocenie krytyka.
- Podstawy recenzji - na co zwracać uwagę, co jest ważne, a co ważniejsze.

Literatura obowiązkowa:

- D. Dovey, H.D. Kennedy, *Kultura gier komputerowych*, 2017.
- N. Postman, *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*, 2018.

5. Ekonomia mediów

Opis:

W trakcie kursu student poznaje podstawowe zagadnienia z zakresu ekonomiki mediów. Omawiane są reguły funkcjonowania i finansowania rynku mediów w Polsce i na świecie. Student otrzymuje wiedzę z zakresu tworzenia i działania organizmu medialnego. Poznaje praktyczny wymiar i zastosowanie ekonomiki mediów.

Treść:

- Ekonomika mediów – wprowadzenie, definicje
- Reguły funkcjonowania i mechanizmy rynku mediów
- Finansowanie rynku mediów w Polsce i na świecie
- Instytucje medialne
- Zastosowanie ekonomiki mediów w praktyce
- Podstawowe umowy funkcjonujące na rynku mediów
- Podsumowanie

Literatura obowiązkowa:

- T. Kowalski, B. Jung, *Media na rynku. Wprowadzenie do ekonomiki mediów*, Warszawa 2006.
- L. King, *Strategie zarządzania na rynku mediów*, Warszawa 2012.

6. Produkcja filmowa**Opis:**

Celem kursu jest zapoznanie studentów z podstawowymi i najważniejszymi zagadnieniami związanymi z pracą producenta filmowego, mechanizmami związanymi z produkcją filmową, także z realiami współczesnej polskiej branży filmowej. Ponadto na zajęciach przewidziano omówienie uwarunkowań europejskich i amerykańskich rynków filmowych. Studenci poznają specyfikę pracy producenta filmowego oraz najważniejsze tendencje na rynku filmowym. Podczas kursu zostaną omówione funkcje producenta na każdym etapie powstawania filmu, począwszy od developmentu, poprzez okres zdjęciowy i postprodukcję, a na strategii festiwalowej i dystrybucji kinowej kończąc. Ponadto ważnym elementem kursu będzie przybliżenie źródeł finansowania produkcji filmowej oraz zasad ich przyznawania.

Treść:

- Wprowadzenie do zajęć – przedmiot i cel zajęć, warunki zaliczenia. Polska branża filmowa – najważniejsze zagadnienia oraz instytucje filmowe. Etapy produkcji filmowej. Źródła finansowania produkcji filmowej w Polsce; zasady przyznawania i rozliczania dotacji. Praktyczne wymogi stawiane producentowi.
- Definicja producenta kreatywnego. Zakres uprawnień i obowiązków na każdym etapie produkcji filmowej. Producent kreatywny a kierownik produkcji. Producent a koproducent. Budżet filmu.
- Pakiet producencki. Dokumenty i umowy w produkcji filmowej: umowa opcji, umowa developmentowa, umowa z reżyserem, umowa koprodukcji, budżety, kosztorysy, etc.
- Europejska branża filmowa – najważniejsze zagadnienia. Amerykańska branża filmowa – najważniejsze zagadnienia. Hinduska branża filmowa – najważniejsze zagadnienia

Literatura obowiązkowa:

- M. Adamczak, *Globalne Hollywood, filmowa Europa i polskie kino po 1989 roku*, Słowo/obraz teritoria, Gdańsk 2010.
- M. Adamczak, *Kapitały przemysłu filmowego. Hollywood, Europa, Chiny*, PWN, Warszawa 2019.

7. Przedsiębiorczość w sektorze kreatywnym**Opis:**

Celem przedmiotu jest kontynuacja zagadnień z przedsiębiorczości, ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki działania w branżach sektora kreatywnego. Studenci zostaną zapoznani z ekonomiczną charakterystyką rynków sektora kreatywnego, z formami organizacyjno-prawnymi podmiotów funkcjonujących na tym rynku. Poruszona zostanie problematyka popytu na rynku branż kreatywnych, strategie cenowe oraz zachowania nabywców na tym rynku. Uzupełnieniem zajęć będzie przeprowadzenie analizy przykładowych umów zawieranych przez podmioty sektora kreatywnego.

Treść:

- Wprowadzenie do przedsiębiorczości
- Ekonomiczna charakterystyka produktów i usług sektora kreatywnego
- Proces podejmowania decyzji w gospodarce rynkowej – konsekwencje dla instytucji/przedsiębiorstw sektora kreatywnego
- Formy organizacyjno-prawne działalności sektora kreatywnego
- Analiza popytu w przedsiębiorstwie; zachowania nabywców produktów i usług sektora kreatywnego
- Strategie cenowe przedsiębiorstwa sektora kreatywnego; metody ustalania ceny
- Modele biznesowe przedsiębiorstw sektora kreatywnego
- Proces decyzyjny i delegowanie uprawnień w przedsiębiorstwie sektora kreatywnego; outsourcing;
- Pojęcie stakeholders; źródła siły wpływu stakeholders; rodzaje stakeholders
- Strategie przedsiębiorstw sektora kreatywnego
- Konkurencja i strategie konkurencji w przedsiębiorstwie
- Analiza przykładowych umów w działalności przedsiębiorstw sektora kreatywnego

Literatura obowiązkowa:

- M. Dragicevic-Sesic, B. Stojkovic, *Kultura: Zarządzanie, animacja, marketing*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010.
- G. Hagoort, *Przedsiębiorczość w kulturze*, Wydawnictwo UJ, Kraków 2007.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
--	--------------------------	---------------------------

Metoda 1	Praca pisemna	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: powyżej 10 • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 2	Projekt	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: powyżej 10 • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 3	Sprawdzian ustny	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: powyżej 10 • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 4	Zadania praktyczne	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: powyżej 10 • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 5	Kolokwium ustne	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: powyżej 10 • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na warsztatach i konwersatorium (dopuszczalna jedna nieusprawiedliwiona nieobecność);
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie		Formy: konwersatorium warsztaty	Obligatoryjność: przedmiot specjalnościowy
Kierunek studiów: Kulturoznawstwo Specjalność: Menedżer, agent, producent		Poziom studiów: studia drugiego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: niestacjonarna	Semestr: pierwszy	Liczba godzin w planie studiów: 44	Liczba punktów ECTS: 8
Składowe przedmiotu			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Podstawy zarządzania, konwersatorium, 24h. 2. Psychologia zarządzania, warsztaty, 8h. 3. Marketing, warsztaty, 12h. 			

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Moduł „Zarządzanie” dopełnia zagadnienia ekonomiczno-prawne realizowane w pierwszym semestrze studiów na specjalności „menedżer-agent-producent”. Celem modułu jest przekazanie studentom i studentkom przede wszystkim umiejętności w obszarach istotnych z perspektywy skutecznego funkcjonowania na rynku pracy przyszłych menedżerów kultury. Zagadnienia poruszane na podstawach zarządzania oraz marketingu staną się punktem wyjścia do treści realizowanych na przedmiotach w kolejnych semestrach (rozszerzone zostaną m.in. o elementy zarządzania projektami, czy ujęcia poszczególnych branż kultury). Dopełnieniem przedmiotu są zagadnienia związane z psychologią zarządzania.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się

KLT2_W03	Student/ka posiada uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą kluczowe dla kulturoznawstwa zagadnienia, ukierunkowaną na zastosowanie w praktyce zarządzania;	Metoda 1
KLT2_W07	Student/ka identyfikuje i definiuje podstawowe pojęcia w marketingu. Posiada wiedzę na temat relacji marketingowych pomiędzy organizacją a jej otoczeniem zewnętrznym oraz na temat podstawowych narzędzi które mogą być wykorzystane w marketingu instytucji kulturowych. Posiada uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę o celach, organizacji i funkcjonowaniu różnego typu instytucji kultury;	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3 Metoda 4
KLT2_W09	Student/ka ma rozszerzoną wiedzę o człowieku jako twórcy kultury, pogłębioną w odniesieniu do wybranych obszarów ludzkiej aktywności;	Metoda 3
KLT2_U01	Student/ka posiada umiejętność zbierania danych w celu przygotowania strategii marketingowej związanej z wprowadzeniem nowego produktu na rynek;	Metoda 4
KLT2_U04	Student/ka posiada rozwinięte umiejętności organizacyjne pozwalające na planowanie i innowacyjne rozwiązywanie złożonych problemów związanych z wybraną sferą działalności;	Metoda 3
KLT2_U05	Student/ka potrafi współdziałać w grupie z wykorzystaniem nowoczesnych technologii w celu przygotowania uproszczonego planu marketingowego;	Metoda 4
KLT2_U06	Student/ka potrafi opracowywać i prezentować kręgom odbiorców efekty pracy dot. rozwiązywania elementarnych problemów związanych z zarządzaniem instytucjami i zarządzaniem zespołem ludzi, zwłaszcza w branżach sektora kreatywnego;	Metoda 1 Metoda 2
KLT2_U07	Student/ka potrafi komunikować się - również z wykorzystaniem nowych technologii -- z członkami grupy;	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3 Metoda 4

KLT2_U08	Student/ka potrafi współdziałać i pracować w grupie nad projektem marketingowym związanym z wprowadzeniem na rynek nowego produktu lub usługi. Potrafi pracować w grupie, przyjmując w niej różne role;	Metoda 2 Metoda 4
KLT2_U12	Student/ka potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznej analizy przyczyn, przebiegu i konsekwencji procesów oraz zjawisk społecznych;	Metoda 3
KLT2_K02	Student/ka jest gotów/gotowa uznania roli wiedzy i diagnozy kulturowej w interdyscyplinarnych projektach naukowych służących rozwiązywaniu problemów poznawczych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem danego problemu;	Metoda 2
KLT2_K03	Student/ka jest gotów/gotowa podejmowania inicjatyw wspierających różnorodność kulturową oraz popularyzujących postawę szacunku wobec odmienności kulturowej i wykorzystujących aktualną wiedzę kulturoznawczą	Metoda 3
KLT2_K04	Student/ka jest gotów/gotowa do uznania czynnika ekonomicznego oraz gospodarczego jako znaczącego dla działań podejmowanych w sektorze kultury.	Metoda 1 Metoda 2

Treści programowe

8. Podstawy zarządzania

Opis:

Konwersatorium z podstaw zarządzania obejmuje m.in. analizę najważniejszych funkcji zarządzania w sektorze kultury, ukazanie roli kultury organizacyjnej, a także strategii instytucji kultury. Formuła spotkań zakłada dyskusję odnoszącą się do konkretnych przykładów i konfrontację teorii z praktyką. W ramach kursu studenci i studentki zostaną zapoznani z zagadnieniami aktualnymi również w czasie pandemii, jak zarządzanie zmianą.

Treści:

- Zarządzanie organizacją, zarządzanie zespołem - wprowadzenie
- Współczesne koncepcje zarządzania (wybór)
- Funkcje zarządzania
- Planowanie w zarządzaniu
- Organizowanie, rodzaje struktur organizacyjnych
- Instrumenty motywacyjne, zintegrowany model motywacji
- Ocena efektywności zarządzania
- Zarządzanie strategiczne instytucja kultury
- Zarządzanie ludźmi w organizacji
- Komunikacja w organizacji, polecenia służbowe, umiejętność przekonywania i negocjacji
- Delegowanie uprawnień, opis stanowiska pracy
- Przywództwo
- Zarządzanie konfliktami
- Kompetencje i talenty
- Zarządzanie zmianą
- Zarządzanie wiekiem i różnorodnością

Literatura obowiązkowa:

- Ł. Burkiewicz, J. Kucharski, red., *Kultura na rynku. Wybrane zagadnienia z zarządzania, marketingu i ekonomiki w sferze kultury*, Kraków 2017.
- Ł. Wróblewski, red., *Zarządzanie w instytucjach kultury*, CeDEWu, Warszawa 2014.

9. Marketing**Opis:**

Celem kursu jest zaznajomienie studentów i studentek z podstawowymi pojęciami i koncepcjami z zakresu marketingu. Szczególny nacisk położony będzie na wpływ, jaki działania marketingowe wywierają na otoczenie organizacji i jej relacje z interesariuszami. Warsztaty z marketingu pozwolą studentom zrozumieć jaka jest rola marketingu dla sektora kultury oraz jak dopasować strategie i narzędzia marketingowe do charakteru realizowanego przedsięwzięcia.

Treści:

- Wstęp do marketingu
- Marketing i społeczeństwo. Odpowiedzialność społeczna i etyka w marketingu
- Otoczenie marketingowe
- Podstawowe strategie marketingowe
- Segmentacja rynku
- Strategie cenowe
- Zachowania nabywców
- Badanie potrzeb klientów
- Komunikacja marketingowa
- Marka, produkt, opakowanie i usługi
- Marketing usług

Literatura obowiązkowa:

- P. Kotler, G. Armstrong, *Marketing. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Nieoczywiste 2016.

1. Psychologia zarządzania**Opis:**

Głównym celem warsztatów z Psychologii zarządzania jest poznanie przez studenta najnowszych trendów w zarządzaniu zasobami ludzkimi oraz nabycie umiejętności wykorzystywania ich w praktyce. W trakcie warsztatów student otrzyma praktyczną wiedzę o tym jakie typy osobowości może spotkać w trakcie swojej pracy menedżerskiej, jak je rozpoznać, efektywnie się z nimi komunikować i motywować, aby zespół zgodnie osiągnął założony cel. Student będzie miał możliwość przećwiczyć typowe sytuacje menedżerskie, do których należą: delegowanie zadań, rozwiązywanie sytuacji konfliktowych, mądre chwalenie pracownika itp. Wszystkie te ćwiczenia mają na celu przygotowanie studenta do pełnienia roli nie tylko menedżera, ale prawdziwego lidera budującego wokół siebie społeczność chętnie współpracujących z nim ludzi.

Treść:

- Zarządzanie a psychologia
- Typy osobowości, a efektywna komunikacja z zespołem
- Motywowanie pytaniami oraz trudne rozmowy menedżerskie
- Zarządzanie zespołem w sytuacji kryzysowej

Literatura obowiązkowa:

- T. Hartman, *Kod kolorów. Typy osobowości zaszyfrowane w kolorach*, Amber, Warszawa 1999.
- Rogers J. *Menedżer jako coach*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne Sp. z o.o., Sopot 2016.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Kolokwium ustne	<ul style="list-style-type: none">● zdobycie minimalnej liczby punktów: powyżej 15● maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30
Metoda 2	Studium przypadków	<ul style="list-style-type: none">● zdobycie minimalnej liczby punktów: powyżej 10● maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 3	Test pisemny	<ul style="list-style-type: none">● zdobycie minimalnej liczby punktów: powyżej 10

		<ul style="list-style-type: none"> • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 4	Projekt	<ul style="list-style-type: none"> • zdobycie minimalnej liczby punktów: powyżej 15 • maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30

Ocena końcowa

Student(ka) uzyskuje jedną, całościową ocenę z przedmiotu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest:

- obecność obowiązkowa na zajęciach (dopuszczalna jedna nieusprawiedliwiona nieobecność);
- zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania.

Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.