

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	0213.2.GRAF.B.PTA	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	Promocja twórczości artystycznej
	angielskim	Promotion of artistic creativity

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Grafika
1.2. Forma studiów	Stacjonarne/niestacjonarne
1.3. Poziom studiów	Jednolite magisterskie
1.4. Profil studiów	ogólnoakademicki
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	dr. Magdalena Leśniak
1.6. Kontakt	magdalena.lesniak@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	polski
2.2. Wymagania wstępne	brak

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1 Forma zajęć	Wykłady (w) Ćwiczenia (c)	
3.2 Miejsce realizacji zajęć	Sale dydaktyczne - Instytut Sztuk Wizualnych	
3.3 Forma zaliczenia zajęć	z.o	
3.4 Metody dydaktyczne	Metody podające: objaśnienie, wykład instruktażowy Metody problemowe: dyskusja okrągłego stołu, uczenie aktywizujące - klasyczna metoda problemowa Metody eksponujące: pokaz Metody praktyczne: metoda projektów	
3.5 Wykaz literatury	podstawowa	1. Grzechynka A., <i>Lean social media: szczupłe zarządzanie marką w mediach społecznościowych</i> , Wydawnictwo Naukowe Akademii Ignatianum, Kraków 2021 2. Blein B., <i>Sztuka prezentacji i wystąpień publicznych</i> , Wydawnictwo RM, Warszawa 2010 3. Kawasaki G. Fitzpatrick P., <i>Jak Cię widzą, tak Cię piszą : sztuka autopromocji w mediach społecznościowych</i> , Wydawnictwo Helion, Gliwice, 2016
	uzupełniająca	1.Huebner E.J., <i>Art after Instagram: Art Spaces, Audiences, Aesthetics</i> , Journal of museum education, No. 150, Informa UK Limited, London 2022, s. 174

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

4.1 Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć)
C1. Wiedza - Ukazanie teoretycznych podstaw promocji i upowszechniania sztuki wizualnej, w tym własnej twórczości.
C2. Wiedza - Ukazanie wiedzy na temat pozyskiwania źródeł finansowania swoich projektów.

C3. Umiejętności - Kształcenie umiejętności opisywania i prezentacji własnej twórczości artystycznej, pisania projektów, wypełniania wniosków o stypendia twórcze.

C4. Kompetencje społeczne - Kształcenie przedsiębiorczości i aktywności marketingowej we własnej praktyce twórczej.

C5. Kompetencje społeczne - Kształcenie postawy cechującej się chęcią nieustannego uczenia się i podnoszenia swoich kompetencji oraz umiejętności krytycznej oceny efektów własnej pracy.

C6. Kompetencje społeczne - Kształcenie zdolności do wystąpień publicznych i umiejętności efektywnego komunikowania się.

4.2 Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć)

Portfolio artystyczne i jego zawartość - artist statement, biogram, CV artystyczne (różnice i specyfika elementów opisowych). Prezentacja portfolio podczas wystąpienia publicznego. Portfolio w formie strony internetowej - przegląd ciekawych przykładów. Konkursy artystyczne – prezentacja najważniejszych konkursów dla artystów i projektantów, blaski i cienie związane z uczestnictwem w przeglądach konkursowych. Przegląd najważniejszych instytucji promujących sztukę wizualną w regionie i w kraju. Rezydencje artystyczne w kraju i za granicą. Stypendia twórcze oraz programy ministerialne – podstawowe informacje jak ubiegać się o wsparcie finansowe swoich projektów.

4.3 Przedmiotowe efekty uczenia się

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY:		
W01	Zna podstawy promocji i upowszechniania sztuki wizualnej, w tym własnej twórczości.	GRAF_W06 GRAF_W10 GRAF_W11
W02	Wie jak pozyskać źródła finansowania swoich projektów.	GRAF_W10 GRAF_W11
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	Umie opisywać i prezentować własną twórczość artystyczną.	GRAF_U07 GRAF_U12
U02	Umie napisać projekt artystyczny, który wypełnia w formie wniosków o stypendia twórcze.	GRAF_U06 GRAF_U12
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	Jest przedsiębiorczy i aktywny marketingowo we własnej praktyce twórczej.	GRAF_K05
K02	Chce nieustannie się uczyć i podnosić swoje kompetencje oraz jest zdolny do krytycznej oceny efektów własnej pracy.	GRAF_K01 GRAF_K02
K03	Umie występować publicznie i efektywnie komunikować się.	GRAF_K03

4.4 Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się												
Efekty przedmiotowe (symbol)	Sposób weryfikacji (+/-)											
	Projekt		Aktywność na zajęciach		Praca własna		Praca w grupie		Projekt		Aktywność na zajęciach	
	Forma zajęć		Forma zajęć		Forma zajęć		Forma zajęć		Forma zajęć		Forma zajęć	
	W	C	W	C	W	C	W	C	W	C	W	C
W01			+		+		+					
W02			+		+		+					
U01				+		+						
U02				+		+						
K01			+			+						
K02			+			+						
K03			+			+						

4.5 Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się		
Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
Ćwiczenia (Ć)	3	Kryteria oceny odnoszą się do realizacji zadań określonych autorskim programem. student posiada podstawową wiedzę w zakresie promocji twórczości artystycznej i wykazuje częściowe zrozumienie zagadnień omawianych na zajęciach. Portfolio zawiera jedynie część wymaganych elementów. Student zna pojęcia takie jak artist statement czy CV artystyczne, lecz nie potrafi jeszcze odróżnić ich funkcji.
	3,5	Student rozumie zagadnienia, lecz jego działania są jeszcze niepewne. Portfolio zawiera wymagane elementy, ale brak mu spójności. Wystąpienia poprawne, choć pozbawione wyrazu. Wiedza o promocji wybiórcza i powierzchowna.
	4	Student potrafi samodzielnie przygotować kompletne portfolio i zaprezentować je w sposób zrozumiały. Wykazuje znajomość instytucji i form wsparcia, potrafi je analizować w kontekście własnych działań.
	4,5	Student prezentuje świadome i spójne portfolio. Wystąpienia publiczne są płynne, zawierają przemyślaną narrację. Dobiera odpowiednie formy promocji i potrafi je powiązać z własną praktyką artystyczną.
	5	Student przygotowuje profesjonalne, oryginalne portfolio i prezentuje je w sposób przekonujący. Trafnie dobiera narzędzia promocji, planuje działania twórcze w oparciu o dostępne możliwości i świadomie buduje swoją tożsamość artystyczną.
Wykład (W)	3	Student zna podstawowe pojęcia, ale nie potrafi ich wyjaśnić ani zastosować. Wymienia niektóre instytucje i formy wsparcia, lecz bez

	zrozumienia ich roli. Wiedza fragmentaryczna i mało przydatna w praktyce.
3,5	Student rozumie ogólne zagadnienia i potrafi wskazać ich przykłady. Ma podstawową orientację w możliwościach promocji, ale nie łączy ich z własnym rozwojem. Wiedza poprawna, choć powierzchowna.
4	Student potrafi uporządkować wiedzę, wskazać różnice między formami promocji i wyjaśnić ich znaczenie. Rozpoznaje instytucje, programy, konkursy oraz potrafi wskazać ich potencjalne zastosowanie.
4,5	Student analizuje i porównuje różne strategie promocji. Trafnie interpretuje zasady funkcjonowania instytucji oraz konkursów i potrafi je dopasować do własnych potrzeb. Wiedza pogłębiona i zastosowana w sposób refleksyjny.
5	Student swobodnie operuje wiedzą, trafnie ocenia skuteczność poszczególnych form promocji. Samodzielnie planuje działania twórcze, uwzględniając konkretne narzędzia, instytucje i programy. Prezentuje dojrzałe, krytyczne podejście do zagadnień poruszanych na wykładach.

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
<i>LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/</i>	24	10
<i>Udział w wykładach</i>	16	10
<i>Udział w ćwiczeniach</i>	8	
<i>SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/</i>	26	40
<i>Przygotowanie do wykładu</i>	10	40
<i>Przygotowanie do ćwiczeń</i>	16	
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	50	50
PUNKTY ECTS za przedmiot	2	2

Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

.....