	Akademia Sztuki w Szczecinie
Wydział	-
kierunek:	Gry komputerowe i rzeczywistość wirtualna
specjalność:	Gry komputerowe i rzeczywistość wirtualna
poziom:	studia 1. stopnia
forma:	stacjonarne
profil:	ogólnoakademicki

Załącznik nr 4 do Zarządzenia Rektora nr …../20… z dnia ……/20…

SYLABUS

A. Informacje ogólne

nazwa przedmiotu	Marketing i dystrybucja	kod przedmiotu (z planu studiów)	GKWR.I.A3	przynależność do bloku	Blok ogólnoakademicki
prowadzący	Mgr Ewelina Wróblewska			e-mail	ewelina.wroblewska @akademiasztuki.eu
rok III	semestr	5, 6		punkty ECTS	2+2
typ przedmiotu	obowiązkowy			język wykładowy	Polski
liczba godzin	wykłady	30+30		suma	60
	ćwiczenia				
	warsztaty				
	E-learning				

B. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji

- Zaliczone przedmioty bloku ogólnoakademickiego i kierunkowego na poziomie 4. semestru.

C. Informacje dotyczące celów przedmiotu

C1 - zaznajomienie się z podstawowymi aspektami marketingu i reklamy gier komputerowych,

C2 - zdobycie podstawowej wiedzy z zakresu procesu wydawniczego gier komputerowych, w tym o aspektach formalnych umów wydawniczych,

C3 - zdobycie podstawowej wiedzy z zakresu umów inwestycyjnych i dystrybucyjnych gier komputerowych,

C4 - poznanie specyfiki poszczególnych platform sprzedażowych,

C5 - zaznajomienie się z tematem marketingu bezpośredniego na targach i wystawach branżowych,

C6 - zdobycie podstawowej wiedzy z zakresu dofinansowań rządowych i europejskich przeznaczonych na działania marketingowe, prace badawczo-rozwojowe oraz prototypowanie i rozwój produktu.

D. Efekty kształcenia dla przedmiotu (EK) (opis osiągnięć studenta po ukończeniu przedmiotu)	Efekty kierunkowe	efekty uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji wg. Rozporządzenia MNiSW
WIEDZA: absolwent zna i rozumie		
zna podstawowe zagadnienia z zakresu procesu wydawniczego, finansowania różnych aspektów gier komputerowych, specyfiki poszczególnych platform sprzedażowych, oraz zagadnienia związane z prawnymi aspektami umów wydawniczych, inwestycyjnych i dystrybucyjnych gier komputerowych	GVR_W08	P6S_WK
ma podstawową wiedzę dotyczącą środków komunikacji wykorzystywanych w marketingu i reklamie gier komputerowych, w tym marketingu bezpośrednim realizowanym w trakcie targów i wystaw branżowych	GVR_W10	P6S_WG
UMIEJĘTNOŚCI: absolwent potrafi		
umie planować realizację procesu dystrybucyjnego i marketingowego gier komputerowych i podejmować samodzielne decyzje przy uwzględnieniu możliwości i ograniczeń zasobów finansowych	GVR_U03	P6S_UW
umie właściwie realizować wyznaczone zadania związane z procesem dystrybucyjnym i marketingowym gier komputerowych, jednocześnie uwzględniając specyfikę etapów projektu i dostępnych informacji z zakresu trendów i statystyk branżowych	GVR_U07	P6S_UO
umie stosować zachowania związane z publicznymi prezentacjami własnych gier komputerowych w trakcie targów, konferencji i wystaw branżowych, posiada umiejętności niezbędne do organizowania i przeprowadzania publicznych prezentacji z wykorzystaniem aktualnych technik i technologii	GVR_U14	P6S_UK
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: absolwent jest gotów do		
rozumie potrzebę i zna możliwości ciągłego dokształcania się z zakresu aktualnych trendów, statystyk, nowych środków przekazu oraz sytuacji geopolitycznej wpływającej na branżę gier komputerowych. Jest gotów do podnoszenia swoich kompetencji zawodowych i społecznych związanych z branżą	GVR_K01	P6S_KU P6S_KR
właściwie dobiera źródła i informacje z nich pochodzące (książki, wykłady w trakcie konferencji branżowych, artykuły dostępne w internecie), selekcjonuje materiały pod względem ich wiarygodności oraz dokonuje syntezę tych informacji w sposób właściwy dla aktualnego projektu/zadania	GVR_K03	P6S_KR
komunikuje się w obrębie środowiska związanego z produkcją gier komputerowych, zewnętrznymi podmiotami marketingowymi, organizatorami imprez targowych, potencjalnymi partnerami biznesowymi i klientami, posługując się fachową terminologią z zakresu branży gier komputerowych	GVR_K08	P6S_KR P6S_KO
korzysta z pomocy ekspertów - prawników, analityków finansowych, psychologów, socjologów, statystyków, mentorów w przypadku, kiedy ma trudności w samodzielnym rozwiązywaniu problemów związanych z dystrybucją i marketingiem gier komputerowych	GVR_K11	P6S_KK

D1. Treści programowe	
wykład	**ćwiczenia**

semestr V					
typ	temat	liczba godz	typ	temat	Liczba godz
Wk	Omówienie specyfiki procesu dystrybucyjnego i wydawniczego.	6	Ćws		
Wk	Prawne aspekty umów licencyjnych narzędzi wykorzystywanych w procesie kreacji gier komputerowych.	2			
Wk	Proces rejestracji spółek, rodzaje spółek, jednoosobowe działalności gospodarcze.	2			
Wk	Pozyskiwanie finansowania kosztów produkcji oraz kosztów marketingowych gier komputerowych (inwestorzy zewnętrzni, dofinansowania rządowe i europejskie).	10			
Wk	Prawne aspekty umów wydawniczych i dystrybucyjnych.	10			
semestr VI					
typ	temat	liczba godz	typ	temat	Liczba godz
Wk	Techniki i metody negocjacyjne.	10	Ćws		
Wk	Sytuacje konfliktowe wynikające z niedopełnienia warunków umowy.	10			

Wk	Podstawowe pojęcia z zakresu marketingu i reklamy gier komputerowych.	6			
Wk	Marketing bezpośredni gier komputerowych poprzez udział w targach i wystawach branżowych.	4			

D2. Powiązanie z badaniami naukowymi/artystycznymi

Temat zadania badawczego/nazwa projektu:

Sposób zapewnienia udziału studentów w prowadzonych badaniach:

E1. Literatura obowiązkowa

- Hill-Whittal Richard, *Indie games. Podręcznik niezależnego twórcy gier,* Merlin Publishing, Warszawa 2017.

E2. Literatura uzupełniająca

- Kodeks cywilny,
- Kodeks postępowania cywilnego,
- Kodeks spółek handlowych,
- Ustawa prawo przedsiębiorców,
- Darmowe wykłady z GDCVault (dostęp na: https://gdcvault.com),
- Darmowe wykłady z IndieBooster (dostęp na: https://indiebooster.pl),
- Darmowe artykuły z Gamasutra (dostęp na: https://www.gamasutra.com).

F. Forma i warunki zaliczenia przedmiotu

Warunki zaliczenia	Warunki egzaminu
- terminowe zrealizowanie zadań w danym semestrze (50%) - aktywność i zaangażowanie podczas zajęć (30%) - autoprezentacja (10%) - postęp w procesie kształcenia (10%)	
Inne:	

ocena celująca	ocena bardzo dobra	ocena dobra plus	ocena dobra	ocena dostateczna plus	ocena dostateczna plus	ocena niedostateczna
Wybitne osiągnięcia bez najmniejszych uchybień	Bardzo dobre osiągnięcia - z dopuszczeniem jedynie drugorzędnych błędów	Praca powyżej średniego standardu - dopuszczalne pewne błędy	Solidna praca z zauważalnymi błędami	Praca zadowalająca, lecz ze znaczącymi uchybieniami	Praca spełnia minimalne kryteria	Praca nie spełnia minimalnych kryteriów - konieczne powtórzenie całości materiału

G. Nakład pracy studenta

Forma aktywności	średnia liczba godzin
godziny kontaktowe z nauczycielem	30+30
przygotowanie do zajęć	5+5
opracowanie materiału po zajęciach	5+5
konsultacje/ egzamin/sprawdzian/przegląd/przesłuchanie	5+5
przygotowanie do egzaminu/przeglądu/przesłuchania	5+5
suma godzin	50+50
liczba punktów ECTS	2+2

.....
Podpis Autora treści sylabusa

.....
Podpis Osób odpowiedzialnych dydaktycznie

.....
Podpis Przewodniczącego Rady Programowej

.....
Data sporządzenia sylabusa