

SYLABUS

	Akademia Sztuki w Szczecinie	
	Wydział	Wydział Malarstwa i Praktyk Kuratorskich
	kierunek:	Kuratorstwo i realizacja wystaw
	specjalność:	
	poziom (stopień):	studia II stopnia
	forma:	stacjonarne
	profil:	

A. Informacje ogólne

nazwa przedmiotu		Promocja projektu kuratorskiego	kod przedmiotu (z planu studiów)	Kur.II.B7	przynależność do bloku	Blok kierunkowy
prowadzący		mgr Jolanta Woszczenko			e-mail	Jolanta.woszczenko@akademiasztuki.e
rok	II	semestr	3		punkty ECTS	2
typ przedmiotu		obowiązkowy/ ~~obieralny~~ *			język wykładowy	polski
liczba godzin		wykłady	30		suma	30
		ćwiczenia				
		laboratoria				
		pracownie				

* niepotrzebne skreślić

B. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji

Osoba studencka ma znajomość podstawowych mediów oraz umie krytycznie analizować treści promocyjne funkcjonujące w ich przestrzeniach. Umie tworzyć zarówno krótsze, jak i dłuższe teksty, a także wykazywać zainteresowanie oraz samodzielność w poszukiwaniu informacji dotyczących tematyki przedmiotu i kierunku

C. Informacje dotyczące celów przedmiotu

- C1 – omówienie i analiza oraz rozszerzenie wiedzy i umiejętności w zakresie terminologii związanej z promocją i reklamą;
 C2 – omówienie istoty i charakterystyka nowoczesnych instrumentów promocji i prezentacji;
 C3 – wykształcenie umiejętności zaplanowania działań promocyjnych z wykorzystaniem nowoczesnych instrumentów promocji;
 C4 - wykształcenie umiejętności w zakresie formułowania treści promocyjnych oraz prezentacji własnej twórczości kuratorskiej i realizowanych projektów;
 C6 - rozszerzenie umiejętności pracy w zespole projektowym/badawczym;
 C7 - rozwijanie kreatywnego podejścia do zagadnienia promocji wydarzeń kulturalnych i promocji marki własnej

D. Efekty uczenia się 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 zagadnienia z zakresu produkcji i promocji projektu kuratorskiego.	KUR2_W12	P7S_WK
Zna zasady funkcjonowania rynku sztuki, komercyjnego obiegu galeryjnego, antykwarycznego i aukcyjnego.	KUR2_W13	P7S_WK
UMIEJĘTNOŚCI: absolwent potrafi		
Umie wykorzystać kompetencje językowe (język ojczysty + język obcy nowożytny) w zakresie sztuk plastycznych i kuratorstwa zgodnie z wymaganiami poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Języków.	KUR2_U13	P7S_UK
Potrafi przygotować teksty pisane i wystąpienia ustne dotyczące szczegółowych zagadnień związanych z różnymi dziedzinami twórczości i aktywności kulturowej, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych i rozmaitych źródeł.	KUR2_U14	P7S_UK
Umie stosować zachowania związane z publicznymi prezentacjami własnych dokonań, posiada umiejętności niezbędne do organizowania i przeprowadzenia wystąpień z wykorzystaniem aktualnych technik i technologii.	KUR2_U15	P7S_UK
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: absolwent jest gotów do		
Współpracuje i integruje się podczas realizacji zespołowych zadań kuratorskich w instytucjach publicznych i prywatnym obiegu sztuki.	KUR2_K09	P7S_KO
Podejmuje refleksje na temat etycznych aspektów związanych z pracą i jej etosem.	KUR2_K10	P7S_KR
Korzysta z pomocy ekspertów z danej dziedziny w razie trudności w samodzielnym rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych.	KUR2_K11	P7S_KK

D1. Treści programowe

wykład			ćwiczenia		
semestr III					
typ	temat	liczb agod z	typ	temat	Liczb a godz
Wk			Ćws	Wprowadzenie cz. 1 –strategie promocji projektu kuratorskiego? Archiwum kuratora.	2
Wk			Ćws	Wprowadzenie cz. 2 - strategię promocji projektu kuratorskiego? Od mitu do prowokacji.	2
Wk			Ćws	Nie tylko Facebook i Instagram. Showcase kampanii promocyjnych.	2
Wk			Ćws	Konkursy, otwarte nabory, rezydencje, granty, stypendia, programy ministra, czyli jak skutecznie napisać wniosek lub aplikację.	2
Wk			Ćws	Pisanie wniosków - Spójność promocji i komunikacji z założeniami projektu.	2
Wk			Ćws	Internet dla kuratorów – omówienie darmowych narzędzi pomocnych w promocji.	2
Wk			Ćws	Marka własna – jak mówić, pisać i komunikować o własnej twórczości?	2
Wk			Ćws	Promocja w mediach – artykuły, informacje prasowe.	2
Wk			Ćws	Promocja w mediach. Wystąpienia radiowe i telewizyjne, wywiady	2
Wk			Ćws	Promocja projektu poza granicami Polski, cz. 1.x.	2
Wk			Ćws	Promocja projektu poza granicami Polski, cz. 2.	2
Wk			Ćws	Projekt dostępny – tworzenie i komunikowanie projektów dla osób z niepełnosprawnościami	2
Wk			Ćws	Studium przypadku cz. 1 - na podstawie wybranych instytucji i projektów artystycznych.	2
Wk			Ćws	Studium przypadku cz. 2 - na podstawie wybranych instytucji i projektów artystycznych.	2
Wk			Ćws	Zaliczenie – prezentacja projektów semestralnych.	2

D2. Powiązanie z badaniami naukowymi/artystycznymi

Temat zadania badawczego/nazwa projektu:

Sposób zapewnienia udziału studentów w prowadzonych badaniach:

E1. Literatura obowiązkowa

M. Dragičević-Šešić, B. Stojković, Kultura, zarządzanie, animacja, marketing, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa

E2. Literatura uzupełniająca

1. „Marketing w praktyce” i inne artykuły z zakresu komunikacji społecznej
 2. Czasopisma specjalistyczne publikowane w Internecie
- G. Matt, Muzeum jako przedsiębiorstwo. Łatwo i przystępnie o zarządzaniu instytucją kultury, Fundacja Aletheia, Włocławek, 2006.

F. Forma i warunki zaliczenia przedmiotu

Warunki zaliczenia				Warunki egzaminu		
Warunkiem zaliczenia semestru jest aktywność na zajęciach, realizacja uzgodnionego programu oraz przygotowanie strategii promocyjnej projektu zaprezentowanego na ostatnich zajęciach.						
Inne:						
ocena celująca	ocena bardzo dobra	ocena dobra plus	ocena dobra	ocena dostateczna plus	ocena dostateczna	ocena niedostateczna

G. Nakład pracy studenta

Forma aktywności	średnia liczba godzin
godziny kontaktowe z nauczycielem	30
przygotowanie do zajęć	4
opracowanie materiału po zajęciach	10
konsultacje/ egzamin/sprawdzian/przegląd/przesłuchanie	1
przygotowanie do egzaminu/przeglądu/przesłuchania	5
suma godzin	50
liczba punktów ECTS	2

Jolanta Woszczenko

5.05.2026

Data i podpis autora treści sylabusu

.....

Podpis Przewodniczącego
Kierunkowej Rady Programowej