

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Przedmiot fakultatywny: Budowanie partnerstw przez instytucje kultury , PG_00211331						
Kierunek studiów	Zarządzanie instytucjami artystycznymi (P)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	1	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	2	Liczba punktów ECTS			2.0		
Profil kształcenia	praktyczny	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	mgr Tomasz Kaczorowski					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	30		2.0		18.0	50
Cel przedmiotu	• zapoznanie studentów z rolą partnerstw w działalności współczesnych instytucji kultury, • rozwijanie umiejętności identyfikowania, pozyskiwania i budowania relacji z partnerami publicznymi, społecznymi, biznesowymi i międzynarodowymi, • zdobycie praktycznej wiedzy dotyczącej tworzenia projektów opartych na współpracy międzysektorowej, • rozwijanie kompetencji w zakresie negocjacji, komunikacji i zarządzania relacjami partnerskimi, • przygotowanie do samodzielnego projektowania strategii partnerstw wspierających rozwój instytucji kultury oraz realizację przedsięwzięć artystycznych, edukacyjnych i społecznych.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZIAL3_W04] Ma orientację we współczesnym życiu artystycznym oraz podstawową wiedzę o polskich i światowych instytucjach artystycznych i kulturalnych, ukierunkowaną na zastosowania praktyczne w działalności menedżerskiej i/lub artystycznej.	Ma orientację we współczesnym życiu artystycznym oraz podstawową wiedzę o sposobach budowania partnerstw przez polskie i światowe instytucje artystyczne i kulturalne, ukierunkowaną na zastosowania praktyczne w działalności menedżerskiej.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[ZIAL3_K01] Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i umiejętności z zakresu nauk o sztuce i zarządzania instytucjami artystycznymi.	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i umiejętności z zakresu budowania partnerstw przez instytucje kultury.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[ZIAL3_W03] Ma zaawansowaną wiedzę szczegółową dotyczącą wybranych zagadnień z zakresu nauk o sztuce, nauk o zarządzaniu i jakości, literaturoznawstwa oraz nauk pomocniczych i pokrewnych, ukierunkowaną na zastosowania praktyczne w działalności menedżerskiej i/lub artystycznej.	Ma zaawansowaną wiedzę szczegółową dotyczącą budowania partnerstw przez instytucje kultury, ukierunkowaną na zastosowania praktyczne w działalności menedżerskiej.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[ZIAL3_U04] Potrafi brać udział w debacie dotyczącej sztuki, literatury i zarządzania instytucjami artystycznymi: przedstawiać i oceniać różne stanowiska oraz dyskutować o nich.	Potrafi brać udział w debacie dotyczącej budowania partnerstw przez instytucje kultury: przedstawiać i oceniać różne stanowiska oraz dyskutować o nich.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
Treści przedmiotu	Budowanie partnerstw przez instytucje kultury to praktyczny kurs poświęcony tworzeniu, rozwijaniu i utrzymywaniu relacji z partnerami publicznymi, społecznymi, biznesowymi i międzynarodowymi. W oparciu o studia przypadków z polskich instytucji kultury oraz doświadczenia prowadzącego uczestnicy poznają narzędzia identyfikowania potencjalnych partnerów, projektowania współpracy opartej na wspólnych korzyściach, pozyskiwania sponsorów i środków zewnętrznych, a także budowania trwałych sieci współpracy wokół projektów artystycznych i społecznych. Szczególna uwaga zostanie poświęcona partnerstwom międzysektorowym, współpracy z samorządami, organizacjami pozarządowymi i biznesem oraz roli partnerstw w rozwoju instytucji kultury, budowaniu publiczności i wzmacnianiu wpływu społecznego działań kulturalnych.		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Obecność na wszystkich zajęciach jest obowiązkowa, o ile osoba studiująca nie uzyska zgody dziekana na studiowanie według indywidualnej organizacji studiów.		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	indywidualne studiowanie literatury przedmiotu	51.0%	10.0%
	przygotowanie i realizacja oferty CSR dla partnera biznesowego	51.0%	70.0%
	aktywny udział w zajęciach	51.0%	20.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	- Iwona Wilk, <i>Marketing partnerski w kulturze. Współpraca instytucji kultury z otoczeniem</i> - Krzysztof M. Mazurek, <i>Marketing w kulturze. Między teorią a praktyką</i> - Łukasz Gawęł, <i>Zarządzanie strategiczne w kulturze</i>	
	Uzupełniająca lista lektur	-	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania			
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.