Załącznik
do Uchwały nr 2805
Senatu Uniwersytetu w Białymstoku
z dnia 16 grudnia 2020 r.

PROGRAM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

Nazwa studiów podyplomowych: Studia Podyplomowe Menadżer kultury
obowiązuje od roku akademickiego: 2020/2021

Część I. Informacje ogólne

1. Nazwa jednostki prowadzącej kształcenie: Instytut Studiów Kulturowych
2. Ogólne cele kształcenia: Studia służą przekazaniu usystematyzowanej wiedzy dotyczącej efektywnego zarządzania placówkami kultury i organizacji wydarzeń kulturalnych.
3. Umiejscowienie studiów w dyscyplinie/dyscyplinach naukowych, do których odnoszą się efekty uczenia się: nauki humanistyczne/nauki społeczne
4. Wskazanie, w jaki sposób w procesie definiowania efektów uczenia się uwzględniono zapotrzebowanie otoczenia społeczno-gospodarczego:
   Analiza różnych aspektów rynku instytucji kultury i wydarzeń kulturalnych (instytucjonalnego, społecznego, ekonomicznego i in.) dowodzi potrzeby stałego pogłębiania profesjonalizacji działań pracujących w tym obszarze specjalistów. W wymiarze instytucjonalnym jest to związane z trwającym procesem przeobrażania formuły placówki kulturalnej w nowej rzeczywistości ustrojowej. W wymiarze społeczno-programowym istotna wydaje się konieczność budowania coraz bardziej atrakcyjnej i zróżnicowanej oferty dla rozmaitych grup odbiorców, konkurującej z wytworami innych przemysłów kultury. Racjonalizacja tej oferty wymaga znajomości oczekiwań i potrzeb jej przyszłych konsumentów, komunikowania się z nimi, a także czynnego wychodzenia do publiczności i aktywnego jej budowania, przy użyciu szerokiego spektrum dostępnych obecnie narzędzi marketingowych, w tym szczególnie narzędzi online. W wymiarze ekonomiczno-zarządczym placówki kultury potrzebują dziś nowoczesnego, otwartego na dokonujące się w kulturze współczesnej procesy, sprawnego menadżeringu, służącego optymalizacji kosztów, efektywnemu zdobywaniu funduszy na działalność kulturalną i maksymalizacji osiąganych rezultatów w coraz trudniejszej sytuacji ekonomicznej. Przygotowanie do pracy menadżera kultury oznacza wyposażenie go w ogólną wiedzę kulturoznawczą (zwłaszcza dotyczącą procesów dokonujących się w kulturze współczesnej) oraz w pochodzącą z różnych dziedzin wiedzę specjalistyczną, a także w zróżnicowane umiejętności pozwalające sprostać wyzwaniom współczesnej rzeczywistości społeczno-ekonomicznej. Służy temu wielowymiarowy, interdyscyplinarny program kształcenia, dopasowany do założonych efektów.
5. Liczba semestrów: 2
6. Łączna liczba punktów ECTS umożliwiająca ukończenie studiów podyplomowych: 33
7. Łączna liczba godzin zajęć na studiach podyplomowych: 166
8. Wymagania wstępne *(oczekiwane kompetencje kandydata)*: ukończone studia magisterskie
9. Kwalifikacje nadawane po ukończeniu studiów podyplomowych na poziomie: PRK 7
10. Zaopiniowano na Radzie Instytutu w dniu: 16.11.2020

Część II. Efekty uczenia się

Symbol opisu charakterystyk drugiego stopnia PRK	Symbol efektu uczenia się	Opis efektu uczenia się
Wiedza, absolwent zna i rozumie:		
SP7_WG	SP7_WG1	w pogłębionym stopniu zastosowania praktyczne wiedzy właściwej dla kierunku studiów dotyczącej organizacji instytucji kultury i wydarzeń kulturalnych
	SP7_WG2	w pogłębionym stopniu teorie oraz zaawansowaną metodologię i terminologię z zakresu antropologii kultury i teorii kultury współczesnej
	SP7_WG3	zaawansowane metody analizy i interpretacji wytworów kultury Podlasia, wybranych tradycji, teorii i szkół badawczych antropologii kultury i teorii kultury współczesnej
SP7_WK	SP7_WK1	zasady zarządzania zasobami własności intelektualnej oraz formy rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości dotyczące twórczości kulturalnej, praw autorskich, funkcjonowania instytucji kultury i organizacji wydarzeń kulturalnych
	SP7_WG/K1	w pogłębionym stopniu system instytucji kultury, polityki kulturalnej, zasad finansowania kultury oraz cechy i potrzeby odbiorców kultury
Umiejętności, absolwent potrafi:		
SP7_UW	SP7_UW1	formułować i analizować problemy badawcze, dobierać metody i narzędzia ich rozwiązania, syntetyzować różne idee i punkty widzenia z wykorzystaniem wiedzy dotyczącej kultury i zarządzania instytucjami kultury
	SP7_UW2	prowadzić pogłębione badania społeczne dla opracowania diagnoz dotyczących potrzeb odbiorców kultury, stworzenia odpowiedniej oferty kulturalnej i sposobów jej realizacji
	SP7_UW3	wykorzystywać posiadaną wiedzę – formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy w obszarze kreowania życia kulturalnego i innowacyjnie wykonywać zadania dotyczące zarządzania instytucjami kultury i organizacji wydarzeń kulturalnych przez: – właściwy dobór źródeł oraz informacji z nich pochodzących, dokonywanie oceny, krytycznej analizy, syntezy oraz twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji, – dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych (ICT)
SP7_UK	SP7_UK1	komunikować się na tematy związane z funkcjonowaniem instytucji kultury i organizacją wydarzeń kulturalnych ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców
SP7_UO	SP7_UO1	planować, organizować i monitorować pracę w ramach funkcjonowania instytucji kultury i organizacji wydarzeń kulturalnych
SP7_UU	SP7_UU1	samodzielnie planować i realizować proces przyswajania wiedzy z zakresu zarządzania instytucjami kultury i organizacji wydarzeń kulturalnych i ukierunkowywać

		innych w tym zakresie
Kompetencje społeczne, absolwent jest gotów do:		
SP7_KK	SP7_KK1	uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych dotyczących zarządzania instytucjami kultury i organizacji wydarzeń kulturalnych
SP7_KO	SP7_KO1	inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego służących ochronie tradycji i rozwojowi kultury
SP7_KR	SP7_KR1	odpowiedzialnego pełnienia roli menadżera kultury z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym: – rozwijania dorobku zawodu, – podtrzymywania etosu zawodu, – przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad

Część III. Opis procesu prowadzącego do uzyskania efektów uczenia się

Symbole efektów uczenia się:

Przedmiot	**Symbole efektów uczenia się**
Antropologia kultury	SP7_WG2, SP7_WG3, SP7_UW1, SP7_KK1
Kultura Podlasia	SP7_WG3, SP7_UW1, SP7_K01
Polityka kulturalna państwa	SP7_WG1, SP7_WK2, SP7_UW1, SP7_KO1
Prawo autorskie	SP7_WG1, SP7_WK1, SP7_UW1, SP7_KR1
Źródła finansowania kultury i pozyskiwanie funduszy	SP7_WG1, SP7_WK1, SP7_WK2, SP7_UW3, SP7_UU1, SP7_KK1
Placówka kultury – organizacja i zarządzanie	SP7_WG1, SP7_WK1, SP7_WG/K1, SP7_UW1, SP7_UW2, SP7_UK1, SP7_UO1, SP7_UU1, SP7_KK1, SP7_KR1
Potrzeby kulturalne i odbiorcy kultury	SP7_WG1, SP7_WG/K1, SP7_UW2, SP7_UK1, SP7_UO1
Partnerstwo publiczno-prywatne	SP7_WG1, SP7_WK1, SP7_UK1, SP7_UO1, SP7_KO1
Planowanie strategiczne w pracy menedżera kultury	SP7_WG1, SP7_WK1, SP7_UW3, SP7_KK1
Organizacja wydarzeń kulturalnych	SP7_WG1, SP7_UW1, SP7_UO1, SP7_UU1, SP7_KK1, SP7_KO1
Współczesny marketing w kulturze	SP7_WG1, SP7_WK1, SP7_UW1, SP7_UW3, SP7_UK1, SP7_UO1, SP7_KR1
Strategie komunikowania w pracy menadżera kultury	SP7_WG1, SP7_WK1, SP7_UW1, SP7_UW3, SP7_UK1, SP7_UO1, SP7_KR1
Nowe technologie w pracy menadżera kultury	SP7_WG1, SP7_WK1, SP7_UW1, SP7_UW3, SP7_UK1, SP7_UO1, SP7_KR1
Seminarium dyplomowe	SP7_WG1, SP7_WG2, SP7_WG3, SP7_UW1, SP7_UW2, SP7_UW3, SP7_KK1

Objaśnienia oznaczeń:
P6, P7, P8 – poziom PRK
S – charakterystyka typowa dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego

W – wiedza	G – głębia i zakres
	K - kontekst
U – umiejętności	W – wykorzystanie wiedzy

	K – komunikowanie się
	O – organizacja pracy
	U – uczenie się
K – kompetencje społeczne	K – krytyczna ocena
	O - odpowiedzialność
	R – rola zawodowa

Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się przypisanych do przedmiotów:

1. Antropologia kultury
   - Pojęcie kultury
   - Klasyczne i współczesne teorie antropologiczne
   - Jednostka w kulturze
   - Tradycja i innowacja w kulturze
   - Antropologia współczesności
   - Globalizacja i kultura lokalna
   - Kultura konsumpcji
   - Kultura popularna i kultura alternatywna
   - Postmodernizm, ponowoczesność, późna nowoczesność, zwrot performatywny
   - Prognozowanie w kulturze
2. Kultura Podlasia
   - Podlasie w perspektywie historycznej, geograficznej i administracyjnej
   - Podlasie jako heterogeniczny kulturowo region pogranicza
   - Dawne życie mieszkańców podlaskiej wsi
   - Podlaskie rękodzieło ludowe
   - Współczesny obraz kultury Podlasia
3. Polityka kulturalna państwa
   - Polityka kulturalna – wprowadzenie
   - Polityka kulturalna w Polsce
   - Polityka kulturalna a sektor kultury
4. Prawo autorskie
   - Zasady prawa autorskiego. Utwór jako przedmiot prawa autorskiego. Prawo cytatu
   - Podmiot prawa autorskiego. Pojęcie i istota dozwolonego użytku
5. Źródła finansowania kultury i pozyskiwanie funduszy
   - Dofinansowanie projektów kulturalnych z programów wspólnotowych, funduszy strukturalnych, funduszy w ramach programów własnych, programów Ministerstw oraz fundacji
   - Pozyskiwanie funduszy dedykowanych jednostkom samorządu terytorialnego
   - Funkcjonowanie programów Województwa Podlaskiego
   - Europejski Fundusz Społeczny jako wsparcie działalności instytucji kultury
   - Łączenie funduszy w celu realizacji zadań instytucji kultury
   - Programy Narodowego Centrum Kultury
6. Placówka kultury – organizacja i zarządzanie
   - Typy instytucji kultury
   - Formy organizacyjno-prawne instytucji kultury
   - Analiza SWOT w zarządzaniu instytucją kultury
   - Budowanie oferty programowej
   - Zarządzanie projektami w sferze kultury
7. Potrzeby kulturalne i odbiorcy kultury
   - Potrzeby kulturalne i uczestniczenie w kulturze – definicja pojęć
   - Odbiorca w kulturze uczestnictwa
   - Diagnozowanie potrzeb kulturalnych
   - Ruch DIY (do it yourself) – pomiędzy twórczością a konsumpcją
   - Nowe praktyki kulturalne Polaków
8. Partnerstwo publiczno-prywatne

- Koncepcja i modele partnerstwa publiczno-prywatnego
- Podstawowe pojęcia PPP
- Obszary stosowania PPP

9. Planowanie strategiczne w pracy menedżera kultury
   - Strategia instytucji kultury, rola i kompetencje menadżera kultury
   - Posiadanie wizji i umiejętności jej urzeczywistnienia
   - Zarzadzanie zespołem rozproszonym
   - Zarzadzanie sytuacjami kryzysowymi
   - Zarzadzanie pracownikiem
   - Kreatywność w pracy zdalnej
   - Zarzadzanie kryzysem
10. Organizacja wydarzeń kulturalnych
    - Podstawowe pojęcia związane z działalnością instytucji kultury
    - Przemysły kulturowe
    - Wydarzenie kulturalne – definicje, aspekty prawne, rodzaje
    - Organizacja wydarzenia kulturalnego: etapy, plan, projekt, scenariusz
    - Planowanie budżetu
    - Przygotowanie wydarzenia o charakterze kulturalnym lub edukacyjnym
11. Współczesny marketing w kulturze
    - Podstawowe pojęcia marketingu w kulturze
    - Procedura segmentacji rynku, wybór rynku docelowego
    - Analiza otoczenia marketingowego
    - Strategie marketingowe
    - Marketing mix w kulturze
    - Produkt kultury
    - Podstawy Public Relations instytucji kultury
    - Budowanie marki instytucji kultury/wydarzenia kulturalnego
    - Audience development
    - Studia przypadków
12. Strategie komunikowania w pracy menadżera kultury
    - Modele komunikowania a wymagania kultury cyfrowej
    - Kanały komunikacji online
    - Obszary komunikacji istotne dla strategii komunikacyjnej instytucji
    - Komunikowanie w media relations
    - Content marketing w instytucjach kultury
    - Digital storytelling
    - Networking
13. Nowe technologie w pracy menadżera kultury
    - Instytucje kultury w epoce cyfrowej
    - Platformy komunikacyjne a prezentowanie treści kultury
    - Kultura jako baza danych i jako opowieść
    - Social media w instytucjach kultury
    - Aplikacje mobilne w instytucjach kultury
14. Seminarium dyplomowe
    - Metody analizy i interpretacji właściwe do badania wydarzeń kulturalnych
    - Formułowanie problemów badawczych, dobieranie metod i narzędzi do ich rozwiązania, z wykorzystaniem wiedzy dotyczącej kultury i zarządzania instytucjami kultury
    - Badanie konkretnych przypadków imprez kulturalnych i obszarów działalności instytucji kultury
    - Przygotowanie pod kierunkiem promotora pracy dyplomowej o charakterze praktycznym i innowacyjnym