


KAPITAŁ LUDZKI
 NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

 Projekt współfinansowany przez
 Unię Europejską w ramach
 Europejskiego Funduszu
 Społecznego

UNIA EUROPEJSKA
 EUROPEJSKI
 FUNDUSZ SPOŁECZNY


Nazwa przedmiotu		Kod ECTS	
Dystrybucja eventowa		8.0.12749	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot			
Zakład Filmu i Mediów			
Studia			
wydział	kierunek	poziom	pierwszego stopnia
Wydział Filologiczny	Produkcja form audiowizualnych	forma	stacjonarne
		moduł specjalnościowy	wszystkie
		specjalizacja	wszystkie
Nazwisko osoby prowadzącej (osób prowadzących)			
dr Grzegorz Fortuna-Skowron; dr hab. Marcin Adamczak; mgr inż. Jakub Maj; dr hab. Krzysztof Kornacki, profesor uczelni			
Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin		Liczba punktów ECTS	
Formy zajęć		1	
Ćw. audytoryjne		15 godzin - uczestniczenie w zajęciach;	
Sposób realizacji zajęć		5 godzin - studiowanie literatury przedmiotu;	
zajęcia on-line, zajęcia w sali dydaktycznej		5 godzin - wykonanie pracy zaliczeniowej.	
Liczba godzin		Razem: 25 godzin = 1 ECTS.	
Ćw. audytoryjne: 15 godz.			
Termin realizacji przedmiotu			
2024/2025 letni			
Status przedmiotu		Język wykładowy	
obowiązkowy		polski	
Metody dydaktyczne		Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne	
- Dyskusja		Sposób zaliczenia	
- Praca w grupach		Zaliczenie na ocenę	
		Formy zaliczenia	
		- wykonanie pracy zaliczeniowej - projekt lub prezentacja	
		- wykonanie pracy zaliczeniowej - wykonanie określonej pracy praktycznej	
		Podstawowe kryteria oceny	
		obecność (30%)	
		praca zaliczeniowa (70%)	
Sposób weryfikacji założonych efektów uczenia się			
zakładany efekt uczenia się	praca zaliczeniowa: projekt lub prezentacja	czynny udział w zajęciach	
		Wiedza	
K_W01	+	+	
K_W10	+	+	
		Umiejętności	
K_U12	+	+	
		Kompetencje społeczne	
K_K02	+	+	
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi			
A. Wymagania formalne			
Brak			

B. Wymagania wstępne Brak	
Cele kształcenia Student zdobywa wiedzę na temat alternatywnych form dystrybucji filmowej związanej z organizacją eventów. Poznaje także techniki marketingu eventowego i potrafi zastosować je na polu produkcji audiowizualnej.	
Treści programowe Prowadzenie agencji eventowej; wsparcie promocji filmu poprzez event; rodzaje eventów; przestrzenie dla eventów; agencje incentive; działy eventowe w agencjach reklamowych; organizacja eventu; budżet eventu; techniki eventowe; scenariusze eventów.	
Wykaz literatury Na początku semestru prowadzący ustala zestaw lektur wymaganych do zaliczenia przedmiotu A. Literatura wymagana do ostatecznego zaliczenia zajęć (zdania egzaminu): A.1. wykorzystywana podczas zajęć Jakub B. Bączek, Psychologia eventów. Pierwszy w Polsce praktyczny podręcznik psychologii dla branży eventowej, Stageman 2011. P. Zieliński, O eventach. Praktyczny przewodnik po świecie imprez i wydarzeń (ebook). Event Marketing jako nowa forma organizacji procesów komunikacyjnych, red. A. Grzegorzczak, WSP 2009.	
Kierunkowe efekty uczenia się K_W01; K_W10 K_U12 K_K02	Wiedza K_W01; K_W10 Student: <ul style="list-style-type: none"> zna zasady dystrybucji eventowej na świecie i w Polsce i rozumie zasady jej funkcjonowania (K_W01); posiada wiedzę nt. dystrybucji eventowej produkcji audiowizualnej (K_W10).
	Umiejętności K_U12 Student: <ul style="list-style-type: none"> potrafi ocenić skuteczność, przygotować plan działań dystrybucji eventowej w zakresie produkcji audiowizualnej i je zrealizować (K_U12).
	Kompetencje społeczne (postawy) K_K02 Student: <ul style="list-style-type: none"> jest przygotowany do brania aktywnego udziału w instytucjach i organizacjach zajmujących się dystrybucją eventową (K_K02).
Kontakt grzegorz.fortuna-skowron@ug.edu.pl	