


KAPITAŁ LUDZKI
 NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

 Projekt współfinansowany przez
 Unię Europejską w ramach
 Europejskiego Funduszu
 Społecznego

UNIA EUROPEJSKA
 EUROPEJSKI
 FUNDUSZ SPOŁECZNY


Nazwa przedmiotu		Kod ECTS	
Opracowanie kampanii marketingowej i strategii dystrybucyjnej		8.0.12747	
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 hab. Krzysztof Kornacki, profesor uczelni; mgr inż. Jakub Maj; dr hab. Marcin Adamczak; dr Grzegorz Fortuna-Skowron			
Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin		Liczba punktów ECTS	
Formy zajęć		3	
Ćw. warsztatowe		30 godzin - uczestniczenie w zajęciach;	
Sposób realizacji zajęć		10 godzin - studiowanie literatury przedmiotu;	
zajęcia on-line, zajęcia w sali dydaktycznej		10 godzin - przygotowanie do zajęć;	
Liczba godzin		25 godzin - przygotowanie projektu zaliczeniowego.	
Ćw. warsztatowe: 30 godz.		Razem: 75 godzin = 3 ECTS.	
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	
- Analiza zdarzeń krytycznych (przypadków)		Sposób zaliczenia	
- Dyskusja		Zaliczenie na ocenę	
- Metoda projektów (projekt badawczy, wdrożeniowy, praktyczny)		Formy zaliczenia	
- Rozwiązywanie zadań		- wykonanie pracy zaliczeniowej - projekt lub prezentacja	
		- wykonanie pracy zaliczeniowej - wykonanie określonej pracy praktycznej	
		Podstawowe kryteria oceny	
		aktywność w trakcie zajęć (30%)	
		praca zaliczeniowa (70%)	
Sposób weryfikacji założonych efektów uczenia się			
zakładany efekt uczenia się	czynny udział w zajęciach	projekt	praca praktyczna
		Wiedza	
K_W06	+	+	+
K_W10	+	+	+
		Umiejętności	
K_U05	+	+	+
K_U06	+	+	+
K_U11	+	+	+
K_U12	+	+	+
		Kompetencje społeczne	
K_K02	+		

Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi	
A. Wymagania formalne Brak	
B. Wymagania wstępne Brak	
Cele kształcenia Student uczy się praktycznego opracowywania kampanii marketingowej w procesie dystrybucji filmowej. Poznaje strategie dystrybucyjne i potrafi z nich korzystać.	
Treści programowe Tworzenie oferty dystrybucyjnej; elementy strategii dystrybucyjnej; umowa dystrybucyjna; koszty dystrybucji; formy marketingu w dystrybucji filmów; budżet kampanii marketingowej; merchandising; działania publicystyczne.	
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 F. Kerrigan, Film Marketing, second edition, Routledge 2017. J. Ulin, The Business of Media Distribution: Monetizing Film, TV and Video Content in an Online World, Focal Press 2009. P. Hall, Independent Film Distribution: How to Make a Successful End Run Around the Big Guys, Michael Wiese Productions 2011.	
Kierunkowe efekty uczenia się K_W06; K_W10 K_U05; K_U06; K_U11; K_U12 K_K02	Wiedza K_W06; K_W10 Student: <ul style="list-style-type: none"> zna źródła i zasady finansowania produkcji audiowizualnej przez firmy dystrybucyjne (K_W06); posiada wiedzę nt. kampanii marketingowej oraz strategii marketingowej filmu i innych form audiowizualnych (K_W10).
	Umiejętności K_U05; K_U06; K_U11; K_U12 Student: <ul style="list-style-type: none"> posiada umiejętność oceny wartości projektu audiowizualnego z punktu możliwości przyjęcia skutecznej komercyjnie strategii dystrybucyjnej i poprowadzenia optymalnej kampanii marketingowej (K_U05); posiada umiejętność rozpoznania źródeł finansowania produkcji filmu i innego produktu audiowizualnego ze środków dystrybutora (K_U06); potrafi zaplanować i zrealizować kampanię marketingową produktu audiowizualnego (K_U11); potrafi ocenić skuteczność, przygotować plan działań dystrybucyjnych 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, organizacjach oraz grupach społecznych zajmujących się marketingiem filmowym i audiowizualnym (K_K02).
Kontakt krzysztof.kornacki@ug.edu.pl	