


**KAPITAŁ LUDZKI**  
 NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

 Projekt współfinansowany przez  
 Unię Europejską w ramach  
 Europejskiego Funduszu  
 Społecznego

**UNIA EUROPEJSKA**  
 EUROPEJSKI  
 FUNDUSZ SPOŁECZNY


<b>Nazwa przedmiotu</b>		<b>Kod ECTS</b>	
Branding literacki		8.0.13826	
<b>Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot</b>			
Zakład Teorii Literatury i Krytyki Artystycznej			
<b>Studia</b>			
<b>wydział</b>	<b>kierunek</b>	<b>poziom</b>	<b>pierwszego stopnia</b>
Wydział Filologiczny	Sztuka kreatywnego pisania	forma	stacjonarne
		moduł	wszystkie
		specjalnościowy	wszystkie
		specjalizacja	wszystkie
<b>Nazwisko osoby prowadzącej (osób prowadzących)</b>			
dr Artur Nowaczewski; dr hab. Mariusz Kraska, profesor uczelni; dr Katarzyna Szalewska, profesor uczelni; dr Anna Filipowicz, profesor uczelni; dr Martyna Wielewska-Baka; dr Maciej Dajnowski			
<b>Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin</b>		<b>Liczba punktów ECTS</b>	
<b>Formy zajęć</b>		2	
Ćw. audytoryjne		30 godzin – udział w zajęciach;	
<b>Sposób realizacji zajęć</b>		10 godzin – przygotowanie do zajęć;	
zajęcia w sali dydaktycznej		10 godzin - przygotowanie pracy zaliczeniowej.	
<b>Liczba godzin</b>		Razem: 50 godzin = 2 ECTS.	
Ćw. audytoryjne: 30 godz.			
<b>Termin realizacji przedmiotu</b>			
2025/2026 zimowy			
<b>Status przedmiotu</b>		<b>Język wykładowy</b>	
obowiązkowy		polski	
<b>Metody dydaktyczne</b>		<b>Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne</b>	
- Analiza tekstów z dyskusją		<b>Sposób zaliczenia</b>	
- Dyskusja		Zaliczenie na ocenę	
- Wykład z prezentacją multimedialną		<b>Formy zaliczenia</b>	
		- wykonanie pracy zaliczeniowej - projekt lub prezentacja	
		- wykonanie pracy zaliczeniowej - przeprowadzenie badań i prezentacja ich wyników	
		- wykonanie pracy zaliczeniowej - wykonanie określonej pracy praktycznej	
		<b>Podstawowe kryteria oceny</b>	
		Student otrzymuje zaliczenie na podstawie:	
		• aktywnego udziału w zajęciach (50%);	
		• pracy zaliczeniowej, będącej studium przypadku (50%).	
<b>Sposób weryfikacji założonych efektów uczenia się</b>			

zakładany efekt uczenia się	praca zaliczeniowa	czynny udział w zajęciach (dyskusja)
	Wiedza	
K_W10	+	+
K_W11		+
	Umiejętności	
K_U09	+	+
	Kompetencje społeczne	
K_K02	+	
K_K03	+	+
K_K08	+	

### Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi

#### A. Wymagania formalne

Brak

#### B. Wymagania wstępne

Brak

### Cele kształcenia

Poznanie reguł świadomego kreowania własnego wizerunku i marki przez twórców w życiu literackim i kulturalnym, reguł rządzących autopromocją.

### Treści programowe

Współczesne życie literackie; literatura a marketing; marka osobista, w tym marka osobista pisarza; pole literackie w badaniach literaturoznawczych.

### Wykaz literatury

- Antonik M., Autor jako marka: literatura w kulturze audiowizualnej społeczeństwa informacyjnego, Kraków 2014.
- Bourdieu, Reguły sztuki. Geneza i struktura pola literackiego, Kraków 2001.
- Czaplicka M., Zarządzanie kryzysem w social media, Gliwice 2016.
- Gałązkiewicz I., Art branding, Lublin 2016.
- Giza, Kreowanie marek kultury: historia, współczesność, perspektywy, Kraków 2022.
- Kaczor K., Z „getta” do mainstreamu: polskie pole literackie fantasy (1982-2012), Kraków 2017.
- Kotarbiński J., Marka 5.0: człowiek i technologie: jak tworzą nowe wartości, Warszawa 2021.
- Lash S., Lury C., Globalny przemysł kulturowy: medializacja rzeczy, przeł. J. Marmurek, R. Mitoraj, Kraków 2011.
- Maryl M., Kim jest pisarz w Internecie, „Teksty Drugie” 2012, nr 6.
- Winiecka E., Poszerzanie pola literackiego: studia o literackości w Internecie, Kraków 2020.

### Kierunkowe efekty uczenia się

K\_W10; K\_W11  
K\_U09  
K\_K02; K\_K03; K\_K08

### Wiedza

Student zna i rozumie w stopniu zaawansowanym:

- najważniejsze mechanizmy rządzące socjologią i ekonomią życia kulturalnego, w szczególności literackiego, w tym elementarne zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości związanych ze sztuką pisania (K\_W10);
- sposoby redakcji tekstu literackiego oraz proces wydawniczy i zasady promocji w kulturze (K\_W11).

### Umiejętności

Student potrafi:

- świadomie kreować własny wizerunek komunikacyjny (K\_U09);
- oceniać oraz analizować swoje miejsce w polu literackim i medialnym (K\_U09).

### Kompetencje społeczne (postawy)

Student jest gotów do:

- konfrontowania i weryfikowania oceny prac artystycznych, krytycznych i użytecznych w oparciu o merytoryczne opinie specjalistów (K\_K02);
- aktywnego, samoświadomego i odpowiedzialnego uczestnictwa w życiu literackim, kulturalnym i społecznym w różnych rolach wymagających kompetencji promocyjnych (K\_K03);
- odpowiedzialnego i samodzielnego podejmowania działań przedsiębiorczych związanych ze sztuką pisania, w tym działań promocyjnych (K\_K08).

### Kontakt

artur.nowaczewski@ug.edu.pl