

pieczęć wydziału

**PROGRAM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH***(zwanymi dalej studiami)*

zatwierdzony przez Radę Wydziału dnia ..... kod programu (DNWO)

Nazwa studiów

**ZARZĄDZANIE KULTURĄ**

Liczba semestrów

**2**

punktów ECTS

Liczba

**60**

<b>Obszar/Obszary kształcenia do których odnosi się kierunek studiów podyplomowych:</b>	
<b>H – obszar kształcenia w zakresie nauk humanistycznych,</b>	
S – obszar kształcenia w zakresie nauk społecznych,	
X- obszar kształcenia w zakresie nauk ścisłych	
P – obszar kształcenia w zakresie nauk przyrodniczych,	
T- obszar kształcenia w zakresie nauk technicznych,	
M –obszar kształcenia w zakresie nauk medycznych, nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej	
R – obszar kształcenia w zakresie nauk rolniczych, leśnych i weterynaryjnych,	
A – obszar kształcenia w zakresie sztuki	

Warunki przyjęcia na studia - wymagane wykształcenie (dyplom ukończenia studiów wyższych)

Kierunek/specjalność: dowolny

Posiadany tytuł zawodowy:

Licencjat/magister

Dodatkowe wymagania:

brak

Typ studiów

Kwalifikacyjne nauczycielskie  
w zakresie:

- 1) Przygotowania merytorycznego do nauczania przedmiotu
- 2) Przygotowanie pedagogiczne dla absolwentów studiów wyższych posiadających przygotowanie merytoryczne
- 3) Przygotowania do pracy w szkołach specjalnych

Kwalifikacyjne w zakresie:

**Doskonające w zakresie: zarządzania kulturą**

Słuchacz zdobywa wiedzę teoretyczną oraz praktyczną dotyczącą zarządzania i organizacji kultury w Polsce, ekonomiki i finansowania ośrodków kultury. Ważnym aspektem przygotowania zawodowego jest ukształtowanie kompetencji niezbędnych do posługiwania się innowacyjnymi formami przedsiębiorczości w kulturze. Absolwent potrafi planować i organizować pracę ośrodków kultury, reprezentować je na zewnątrz, kształtować korzystny, spójny wizerunek placówki kultury. Uzyskana wiedza i umiejętności predestynują absolwenta do zatrudnienia w domach kultury, muzeach, kinach, galeriach sztuki lub szkołach o artystycznych profilach, agencjach reklamy, sektorze IT oraz sektorze przemysłów kreatywnych. Podyplomowe, doskonalące studia z zakresu zarządzania kulturą zdobywa wiedzę teoretyczną oraz praktyczną dotyczącą zarządzania i organizacji kultury w Polsce, ekonomiki i finansowania ośrodków kultury. Ważnym aspektem przygotowania zawodowego jest ukształtowanie kompetencji niezbędnych do posługiwania się innowacyjnymi formami przedsiębiorczości w kulturze. Absolwent potrafi planować i organizować pracę ośrodków kultury, reprezentować je na zewnątrz, kształtować korzystny, spójny wizerunek placówki kultury. Uzyskana wiedza i umiejętności predestynują absolwenta do zatrudnienia w domach kultury, muzeach, kinach, galeriach sztuki lub szkołach o artystycznych profilach agencjach reklamy, sektorze IT oraz sektorze przemysłów kreatywnych.

Uprawnienia jakie zyskują słuchacze studiów kwalifikacyjnych:

Formalne kwalifikacje:

### **Efekty kształcenia dla studiów podyplomowych**

#### **WIEDZA**

<b>W01</b>	Zna podstawową terminologię w zakresie zarządzania. Ma wiedzę na temat typologii i organizacji oraz zarządzania instytucjami kultury. Zna zasady zarządzania strategicznego, w tym finansami, zasobami ludzkimi, zasobami rzeczowymi, prawami autorskimi i pokrewnymi czy wizerunkiem instytucji. Ma wiedzę dotyczącą strategii rozwoju dużej/malej instytucji kultury.
<b>W02</b>	Rozumie znaczenie nowoczesnych metod marketingowych w sektorze kultury oraz posiada uporządkowaną wiedzę szczegółową na temat typowych procesów i budowy strategii marketingowych. Zna zasady docierania do różnych typów odbiorców kultury.
<b>W03</b>	Ma wiedzę na temat międzynarodowych i polskich przepisów prawa własności intelektualnej. Zna zasady dotyczące zawierania umów, podatków itp. oraz wie jakie instytucje zajmują się ochroną i zarządzaniem prawami autorskimi.
<b>W04</b>	Orientuje się także w głównych kierunkach polityki kulturalnej UE. Ma wiedzę na temat międzynarodowych i polskich organizacji działających w sektorze kultury.
<b>W05</b>	Zna uregulowania prawne oraz zasady finansowania publicznych instytucji kultury w Polsce, ekonomicznych i politycznych podstaw uwarunkowań ich funkcjonowania. Rozumie zasady funkcjonowania systemu mediów publicznych, społecznych i komercyjnych w Polsce. wszystkich rodzajów mediów w Polsce. Wie czym jest fundrising. Potrafi zaprojektować, zorganizować projekt indywidualny lub zbiorowy w sektorze kultury.
<b>W06</b>	Ma wiedzę na temat międzynarodowych i polskich instytucji dziedzictwa historycznego. Zna programy ochrony dziedzictwa, w tym także zabezpieczenia i zmiany formy udostępniania dokumentów historycznych. Rozumie potrzebę zachowania dziedzictwa na poziomie narodowym, regionalnym i lokalnym z uwzględnieniem nowoczesnych technologii, a zwłaszcza cyfryzacji zasobów kultury.

<b>W07</b>	Ma wiedzę na temat problemów współczesnej polszczyzny i zmian w współczesnym języku polskim. Zna różne zachowania językowe, style i odmiany polszczyzny czy mody językowe i zasady poprawności językowej w zakresie konstruowania różnego rodzaju tekstów. Wie jakie zasady obowiązują w budowaniu czytelnych tekstów użytkowych o różnym przeznaczeniu.
<b>W08</b>	Zna zasady tworzenia serwisu internetowego, planowania jego zawartości, kontekstu, systemów nawigacji i etykietowania, organizowania treści i grafiki na potrzeby WWW z uwzględnieniem jego przeznaczenia. Zastosowania digitalizacji na potrzeby instytucji kultury, szerokiego wykorzystania nowych technologii w aspekcie praktycznym. Orientuje się w zagadnieniach przygotowywania przekazów informacyjnych z uwzględnieniem formy i wykorzystanego nośnika, a zwłaszcza informacji graficznej.
<b>W09</b>	Orientuje się w problematyce promocji i reklamy, zna jej typologię i formy stosowania. Rozumie znaczenie i możliwości wykorzystywania social media w komunikacji w kreowaniu wizerunku instytucji.
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>	
<b>U01</b>	Potrafi pracować w zespołach zawodowych i w sytuacjach profesjonalnych zastosować wiedzę teoretyczną w praktyce, planować funkcjonowanie instytucji, ich strukturę, organizację, zarządzanie nimi. Posiada elementarne umiejętności w zakresie badań nad potrzebami instytucji kultury oraz współpracy z innymi podmiotami w tym sektorze.
<b>U02</b>	Umie formułować i analizować podstawowe problemy marketingu w sektorze kultury, dobierać odpowiednie metody i narzędzia niezbędne dla badań marketingowych, opracowywać i prezentować uzyskane wyniki. Potrafi również samodzielnie opracować projekt strategii promocyjnej.
<b>U03</b>	Umie zastosować w praktyce polskie przepisy dotyczące prawa autorskiego, potrafi określić najistotniejsze aspekty prawne związane z własnością intelektualną w sektorze kultury
<b>U04</b>	Umie wykorzystać w praktyce wiedzę na temat międzynarodowych i polskich organizacji działających w sektorze kultury.
<b>U05</b>	Potrafi rozpoznać rozwiązania systemowe, dotyczące zarządzania poszczególnymi rodzajami publicznych instytucji kultury oraz funkcjonowania mediów w Polsce. Klasyfikuje i rozróżnia publiczne instytucje kultury ze względu na ich organizatora. Posiada umiejętność poszukiwania potencjalnych źródeł finansowania dla publicznych instytucji kultury. Potrafi zaprojektować, zorganizować projekt indywidualny lub zbiorowy w sektorze kultury oraz przygotować adekwatną dokumentację aplikacyjną.
<b>U06</b>	Umie wskazać najważniejsze polskie instytucje zajmujące się ochroną dziedzictwa historycznego oraz ocenić zasoby, stan, potrzeby i znaczenie kolekcji historycznych różnego typu w kulturze polskiej.
<b>U07</b>	Potrafi rozstrzygać kwestie poprawności językowej, umie zorganizować niezbędny dla tych celów warsztat. Umie samodzielnie przygotować różne rodzaje tekstów użytkowych, zredagować i dostosować do oczekiwań odbiorcy oraz formy publikacji.
<b>U08</b>	Posiada umiejętności z zakresu przygotowania serwisu internetowego, potrafi stworzyć odpowiedni system etykietowania: nadawanie nazw i tytułów, zastosować grafikę na potrzeby WWW, a także zbudować strukturę hipertekstową. Umie kształtować przekaz informacyjny, zarówno na poziomie tekstu, jak i adekwatnego przekazu graficznego.
<b>U09</b>	Orientuje się w problematyce promocji i reklamy, zna jej typologię i formy stosowania. Potrafi wykorzystać social media w komunikacji w kreowaniu wizerunku instytucji.
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>	
<b>K01</b>	Jest świadomy wiedzy i umiejętności wyniesionych ze studiów, wie, że w przyszłości należy je permanentnie uzupełniać. Jest przygotowany do bycia aktywnym i samodzielnym pracownikiem sektora kultury.
<b>K02</b>	Respektuje i stosuje w praktyce zasady zawodowego kodeksu etycznego
<b>K03</b>	Nawiązuje współpracę z różnymi instytucjami kulturalno-oświatowymi oraz władzami lokalnymi. Wykazuje aktywność w samodzielnym podejmowaniu działań.
<b>K04</b>	Docenia tradycję i dziedzictwo kulturowe. Wykazuje aktywność w indywidualnym i zbiorowym uczestnictwie we współczesnych procesach komunikowania masowego.

**FORMY SPRAWDZANIA EFEKTÓW KSZTAŁCENIA** (matryca efektów kształcenia)

	E-learning/wykorzystanie pracy online	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin praktyczny z elementami teorii
W01				x			
W02				x			
W03				x			
W04				x			
W05				x		x	
W06				x			
W07			x	x		x	
W08						x	
U01				x			
U02				x			
U03				x			
U04				x			
U05		x		x		x	
U06		x		x			
U07		x	x	x		x	
U08		x		x		x	
U09	x	x		x		x	
K01				x			
K02				x			
K03				x			
K04				x			

.....pieczęć i podpis Dziekana.....

## **SYLWETKA ABSOLWENTA:**

Absolwent studiów podyplomowych z zakresu zarządzania kulturą zdobywa wiedzę teoretyczną oraz praktyczną dotyczącą zarządzania i organizacji kultury w Polsce, ekonomiki i finansowania ośrodków kultury. Ważnym aspektem przygotowania zawodowego jest ukształtowanie kompetencji niezbędnych do posługiwania się innowacyjnymi formami przedsiębiorczości w kulturze. Absolwent potrafi planować i organizować pracę ośrodków kultury, reprezentować je na zewnątrz, kształtować korzystny, spójny wizerunek placówki kultury. Umie budować dobre i trwałe relacje z otoczeniem zewnętrznym organizacji, w tym z odbiorcami usług kulturalnych, władzami lokalnymi oraz wewnątrz struktury – potrafi angażować zespół w działania, zarządzać projektami i podejmować działania mające przynieść korzyść organizacji. Potrafi wdrażać innowacyjne rozwiązania i projekty, monitorować działania instytucji pod kątem szans i zagrożeń dla organizacji. Zna rynek pod kątem oferty organizacji, działania z zakresu strategii organizacji, komunikowania zewnętrznego i wewnętrznego w celu zarządzania strategicznego. Zna i rozumie fakty, teorie, metody wykorzystywane w zarządzaniu ośrodkami kultury, w szczególności: przepisy BHP, ustawy prawne dotyczące ośrodków kultury, ekonomikę, teorie komunikowania, zasady funkcjonowania organizacji, jej ofertę i ważność. Potrafi stworzyć wizję i strategię organizacji oraz zna i rozumie potrzeby odbiorców, otoczenie rynkowe, konkurencję organizacji, zasady negocjacji, rozwiązywania konfliktów, metody badań, analiz potrzeb społecznych.

Wiedza i umiejętności Absolwenta studiów podyplomowych z zakresu zarządzania w kulturze stwarzają szansę zdobycia kwalifikacji, pozwalających na zatrudnienie w instytucjach państwowych lub samorządowych, np. w domach kultury, muzeach, kinach, galeriach sztuki lub szkołach o artystycznych profilach agencjach reklamy, sektorze IT oraz sektorze przemysłów kreatywnych. Dzięki znajomości współczesnych uwarunkowań kultury, kształtujących jej tożsamość, Absolwent ma wykształcone umiejętności niezbędne do twórczego realizowania pasji powiązanych z kulturą.