

Nazwa modułu (przedmiotu)		Impresariat artystyczny				Kod przedmiotu					
Kierunek studiów		Jazz i muzyka estradowa/Produkcja muzyczna i realizacja dźwięku									
Profil kształcenia		praktyczny									
Poziom studiów		Studia drugiego stopnia									
Forma studiów		Stacjonarne									
Semestr studiów		I - II									
Tryb zaliczenia przedmiotu		I - zaliczenie na ocenę, II semestr - egzamin		Liczba punktów ECTS					Sposób ustalania oceny z przedmiotu		
Formy zajęć i inne		Liczba godzin zajęć w semestrze			Calkowita	4	Zajęcia kontaktowe	2,4		Zajęcia związane z praktycznym przygotowaniem zawodowym	0
					Semestr I	2		1,2			0
					Semestr II	2		1,2			0
		Calkowita	Pracy studenta	Zajęcia kontaktowe	Sposoby weryfikacji efektów uczenia się w ramach form zajęć					Waga w %	
Wykład I semestr		50	20	30	Zaliczenie praktyczne z oceną po I semestrze, egzamin po II semestrze. Bieżąca weryfikacja przygotowania do zajęć.					100	
II semestr		50	20	30	Frekwencja						
Razem:		100	40	60						Razem	100%
Kategoria efektów	Lp.	Efekty uczenia się dla modułu (przedmiotu)							Efekty kierunkowe	Formy zajęć	
Wiedza	1.	zna metodykę i kryteria oceny estetycznej i technicznej jakości nagrań muzycznych, zna i rozumie związki pomiędzy teoretycznymi i praktycznymi aspektami reżyserii muzycznej, zna trendy, style i standardy funkcjonujące w kulturze fonograficznej oraz wykorzystuje tę wiedzę do realizacji własnych projektów artystycznych.							K_W02	W	
	2.	ma gruntowną wiedzę dotyczącą technologii stosowanych w nagraniach muzycznych, w profesjonalnych studiach muzycznych, radiowych i teatralnych, w tym mikrofonów, programów komputerowych do nagrywania, montażu i zgrania wielokanałowego muzyki, systemów rejestracji i odtwarzania nagrań przestrzennych, standardów dotyczących pomieszczeń odsłuchowych, posiada świadomość rozwoju technologicznego w zakresie realizacji dźwięku.							K_W04	W	
	3.	potrafi ocenić jakość zgrania muzycznego							K_W05	W	
	4	posiada niezbędną do realizacji własnych projektów artystycznych wiedzę z zakresu środków warsztatowych i wykonawczych, w tym również posługiwanie się językiem obcym							K_W14	W	
	5	posiada gruntowną wiedzę o elementach dzieła muzycznego, stylach muzycznych i tradycjach wykonawczych i umiejętnie ją wykorzystuje w procesie twórczym							K_W15	W	
	6.	posiada pewien zakres wiedzy dotyczący finansowych, marketingowych i prawnych aspektów zawodu realizatora dźwięku, gwarantujący samodzielne funkcjonowanie na rynku pracy							K_W19	W	
	7.	dysponuje podstawową wiedzą z zakresu dyscyplin pokrewnych, pozwalającą na realizację zadań zespołowych (także o charakterze interdyscyplinarnym) w oparciu o wiedzę teoretyczną i praktyczną z zakresu danego przedmiotu							K_W25	W	
Umiejętności	1.	potrafi przygotować koncepcję estetyczną koncertu oraz poprawnie ją przeprowadzić podczas koncertu							K_U01	W	
	2	posiada umiejętność kierowania wydarzeniem artystycznym a w szczególności studyjną sesją nagraniową, jest przygotowany do kierowania zespołem współpracowników							K_U02	W	
	3	posiada umiejętność współpracy z organizatorami wydarzeń, wydawnictwami fonograficznymi, menadżerami artystów, potrafi poznać ich oczekiwania oraz wykorzystać je w trakcie realizacji							K-U05	W	
	4	potrafi zaplanować pracę zespołów, sprawnie przeprowadzić próbę i przygotować wykonawców do koncertów							K_U13	W	
	5.	jest przygotowany do współdziałania z innymi osobami w ramach prac zespołowych, także o charakterze interdyscyplinarnym							K_U16	W	
	6.	zna praktyczne i skuteczne strategie radzenia sobie ze stresem oraz minimalizowania jego negatywnych objawów, wykazuje umiejętność praktycznego zastosowania zdobytej wiedzy dotyczącej elementarnych koncepcji psychologiczno-pedagogicznych w zakresie swojej specjalności							K_U28	W	
Kompetencje społeczne	1.	inicjuje działania artystyczne w obrębie szeroko pojętej kultury, w szczególności dotyczy to podejmowania projektów o charakterze interdyscyplinarnym lub też wymagających współpracy z przedstawicielami innych dziedzin sztuki i nauki							K_K02	W	
	2	rozumie indywidualną odpowiedzialność artystyczną za swoje dzieła, ma świadomość przyjętych standardów współpracy z artystami, muzykami i zna profesjonalne wymagania jakościowe produkcji i publicznej prezentacji nagrań muzycznych, rozumie							K_K04	W	

		współodpowiedzialność za pracę całego zespołu twórców dzieła muzycznego, potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób, potrafi działać i organizować pracę w zespole potrafi komunikować się w zespole ludzi współtworzących projekt – nagrania, audycji, filmu, programu radiowego, telewizyjnego		
3.		świadomie potrafi zaplanować swoją ścieżkę kariery zawodowej w oparciu o zdobyte na studiach umiejętności i wiedzę, a także wykorzystując wiedzę zdobytą w procesie ustawicznego samokształcenia	K_K08	W
4.		przewodzi negocjacje i potrafi koordynować właściwą organizację przedsięwzięcia z poszanowaniem zasad etykiety dobrych manier oraz standardów dobrego zachowania	K_K09	W
5.		w świadomy sposób, w oparciu o posiadaną wiedzę i umiejętności, wykorzystuje mechanizmy psychologiczne wspomagające jego działania w obrębie pracy własnej, jak i funkcjonowania na współczesnym rynku pracy i w społeczeństwie	K_K13	W
6.		w oparciu o posiadaną wiedzę, swobodnie porusza się w zagadnieniach własności intelektualnej i praw autorskich	K_K19	W

Treści kształcenia

Wykład	Metody dydaktyczne	Celem nauki przedmiotu pt. Music Business jest przygotowanie studenta Akademii Muzycznej do życia w społeczeństwie konkurujących ze sobą jednostek na polu sztuki i muzyki artystycznej w szczególności. Student po takim kursie nabierze umiejętności sprzedaży swojej sztuki i swoich projektów muzycznych, będzie potrafił kontaktować się z mediami muzycznymi, organizować wywiady, recenzje, artykuły, nabierze umiejętności i wiedzy o tym jak promować swoje projekty, siebie jako artystę-instrumentalistę lub kompozytora. Będzie też wiedział jak systematycznie organizować sobie koncerty na festiwalach muzycznych, w domach kultury lub w klubach. Jak negocjować stawki, na co zwracać uwagę przy rozmowach z dyrektorami festiwalu i domów kultury, lub z managerami klubów. Będzie umiał zestawić koszty poszczególnych działań i skonfrontować to z praktyką zarabiania pieniędzy na rynku muzycznym. Student będzie orientował się jak wyprodukować swoją autorską płytę, jak ją promować i sprzedawać. Dowie się o aktualnych popularnych kanałach dystrybucji, o wytwórniach płytowych i o tym jak działają i jak z nimi rozmawiać. Nabierze umiejętności, które pozwolą mu, jako absolwentowi Wydziału Jazzu w PWSZ w Nysie przetrwać na rynku i mieć pracę, niekoniecznie w orkiestrze lub w szkole muzycznej, ale jako freelancer i człowiek samo-zatrudniony, wykorzystując zdolność gry na instrumencie lub kompozycji, którą pozyskał dzięki studiom na Wydziale Jazzu PWSZ w Nysie. Student taki, jako absolwent, będzie w pełni przygotowany do życia w swoim zawodzie, a jego umiejętności artystyczne będą regularnie wykorzystywane.
L.p.	Tematyka zajęć	Liczba godzin
	Semestr 1	30
.	- Wstęp do przedmiotu - krótkie omówienie zagadnień - Na czym polegają sprzedaż, marketing i prezentacja perswazyjna? - Jak przyciągnąć, pochwycić i zatrzymać uwagę słuchacza lub czytelnika? - Pisanie oferty artystycznej - Jak pobudzić wyobraźnię odbiorcy tak, by jego myśli pobiegły z góry wybranym przez Ciebie torem	

	• Kotwiczenie • Umysł świadomy i nieświadomy • Wzmocnienie atrakcyjności oferty i przypomnienie co klient dostaje za swoje pieniądze • Indywidualne konsultacje i sprawdzanie skonstruowanych ofert • Sposoby pozyskiwania fanów • Zrozumienie, dlaczego ludzie kupują muzykę w dobie darmowego do niej dostępu • Jak wybić się z chaosu informacji • Kontakty z mediami muzycznymi • Organizacja promocji płyty	
	Semestr 2	30
	• Reklamy, recenzje, wywiady, zapowiedzi - jak dbać, by o Tobie pisano. • Pozyskiwanie patronów medialnych • Pozyskiwanie sponsorów • Etapy prezentacji - który jest najważniejszy • Dotacje na nagranie i wydanie płyty - możliwości, sposoby pozyskiwania funduszy, rozliczanie się. • Radio - jak być na playliście, co zrobić, żeby za darmo puszczano Twoją muzykę • Marketing muzyczny - newsletter, pozyskiwanie danych osobowych fanów • Wytwórnice płytowe - które lepsze, duże czy niezależne? Co dają jedne i drugie? • Dystrybucja muzyki - CD Baby, iTunes, Amazon, Empiki - dystrybucja klasyczna i cyfrowa. Plusy i minusy. Strategie dystrybucyjne. Jak się ma klasyczna dystrybucja płyt do aktualnej, szybko zmieniającej się sytuacji rynkowej? • Promocja koncertów - jak pomóc organizatorom Twojego koncertu w wypromowaniu go i w zapewnieniu sobie pełnej sali? • Zaiks i Stoart - czym się zajmują, jakie dają prawa, gwarancje, możliwości, co zapewniają? • Trening umiejętności perswazyjnych - jak rozmawiać z ludźmi biznesu muzycznego (organizatorzy koncertów, media) • Trening mentalny, czyli jak kontrolować swoje emocje i reakcje. Życie artysty psychicznie może być trudne do wytrzymania. Jak być artystą i cieszyć się zdrowiem psychicznym i spokojem ducha. • NLP czyli Neurolingwistyczne Programowanie - wstęp • NLP - trening praktyczny • Jak naprawdę działają słowa? • W jaki sposób łączniki wpływają na doświadczenie? • Tajemnicza moc implikacji i jak to wszystko przekuć na pisanie jeszcze skuteczniejszej oferty artystycznej i na jeszcze bardziej skuteczne rozmowy z kontrahentami.	
	Razem	60

Literatura podsta**WOWa**:

	• Cialdini Robert - Wywieranie wpływu na ludzi - część podstawowych zasad, które zna każdy profesjonalny sprzedawca na świecie. • Andrzej Batko - Sztuka Perswazji, Wydanie II, rozszerzone • "6 Figure Musician - How To Sell More Music, Get More People To Your Shows, And Make More Money In The Music Business" - Copyright © 2013 by David Hooper
--	---

	• Marta Sołtys – Manager Muzyczny (Ms Muse Marta Sołtys, 2021) • Donald S. Passman – All You Need to Know About the Music Business (Free Press, 2006)
--	--

Literatura uzupełniająca:

	• Amber Mac - "E-przyjaciele. zobacz, co media społecznościowe mogą zrobić dla twojej firmy" • Bandler R.- Umysł, Jak z Niego Wreszcie Korzystać • Alina Stasiak – Droga do Gwiazd (Wydawnictwo Słowa i Myśli sp. z o.o. 2017) • Andrzej Batko - Haker umysłów • Andrzej Batko - Hipnotyczna Prezentacja • Harry Alder - NLP, Programowanie Neurolingwistyczne - Umiejętność Realizowania Marzeń • Allan Pease - Mowa Ciała • Derren Brown - Sztuczki Umysłu • Eker T. Harv - Bogaty albo biedny. Po Prostu Różni Mentalnie • J. Vitale - Hipnotyczny Marketing • Dominic OBrien - How To Develop A Perfect Memory • Paul Ekman - Unmasking the Face • Richard Bandler - Persuasion Engineering • Kevin Hogan - The Science Of Influence • Anthony Robbins - Unlimited Power
--	--