



**POLITECHNIKA
BYDGOSKA**
Wydział Zarządzania

Karta przedmiotu
Kultura i elementy sztuki współczesnej

1. Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie		Cykl kształcenia (nabór) 2024/25	
Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów Wydział Zarządzania		Kod przedmiotu 08ZAS.DM4HS.0488.24	
Poziom studiów drugiego stopnia (mgr)		Języki wykładowe polski	
Profil studiów Profil ogólnoakademicki		Obligatoryjność Obowiązkowy	
Forma studiów studia stacjonarne		Blok zajęciowy Przedmioty humanistyczne i społeczne	
Wymagania wstępne		Brak wymagań	
Przedmioty wprowadzające		Brak przedmiotów wprowadzających	
Koordinator		Izabela Chudzyńska	
Okres Semestr 3		Forma zaliczenia Zaliczenie na ocenę	Liczba punktów ECTS 2.0
		Forma prowadzenia i godziny zajęć Wykład: 15 Ćwiczenia audytoryjne: 15	

2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
Wiedza:			
W1	Student posiada pogłębioną wiedzę o wpływie różnorodności kulturowej na funkcjonowanie organizacji w kontekście międzynarodowym. Rozumie złożoność problemów związanych z umiędzynarodowieniem firm, w szczególności w aspekcie komunikacji międzykulturowej, zarządzania różnorodnością oraz adaptacji strategii biznesowych do specyfiki kulturowej różnych regionów. Student jest świadomy znaczenia wrażliwości kulturowej w procesie globalizacji.	ZA_O2_K_W06	P7S_WG
W2	Student jest świadomy, że zrozumienie i szacunek dla różnorodności kulturowej oraz wysokie standardy etyczne przyczyniają się do budowania silnego, zintegrowanego zespołu oraz skutecznego zarządzania organizacją w dynamicznie zmieniającym się świecie.	ZA_O2_K_W07	P7S_WG
Umiejętności:			
U1	Student potrafi wykorzystać wiedzę o kulturze i sztuce współczesnej w kontekście wyboru i stosowania systemów, narzędzi oraz technologii informacyjno-komunikacyjnych do efektywnego wspierania zarządzania organizacjami. Zna sposoby, dzięki którym elementy kulturowe mogą być integrowane z technologiami informacyjnymi, aby wzbogacić komunikację wewnętrzną i zewnętrzną, poprawić kreatywność oraz innowacyjność procesów biznesowych. Jest świadomy, jak cyfrowe środki wyrazu artystycznego i kulturowego mogą być wykorzystywane do budowania marki, angażowania interesariuszy oraz rozwijania strategii marketingowych opartych na wartościach kulturowych.	ZA_O2_K_U04	P7S_UW
Kompetencje społeczne:			
K1	Student rozumie, jak elementy kultury i sztuki mogą być zintegrowane z działalnością organizacji w celu wspierania społecznej odpowiedzialności biznesu, budowania pozytywnych relacji z lokalnymi społecznościami oraz promowania wartości uniwersalnych. Student potrafi również wykorzystać kreatywne podejścia i rozwiązania inspirowane sztuką współczesną do rozwiązywania problemów społecznych i zawodowych, demonstrując tym samym swój wkład w tworzenie lepszego otoczenia dla przyszłych pokoleń.	ZA_O2_K_K02	P7S_KO P7S_KR

3. Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do kultury i sztuki współczesnej: • definicja kultury i sztuki współczesnej; • istota i rola kultury w społeczeństwie; • przemiany w sztuce od modernizmu do współczesności; • wpływ kultury na biznes i zarządzanie; • studium przypadku: zarządzanie galerią sztuki współczesnej/muzeum sztuki współczesnej (zajęcia terenowe).	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	W1, W2, U1
2.	Kontekst społeczno-historyczny kultury współczesnej: • wydarzenia historyczne i społeczne kształtujące kulturę i sztukę współczesną; • globalizacja i technologia jako czynniki wpływające na kulturę i sztukę; • zmiany wartości i norm kulturowych we współczesnym społeczeństwie.	Wykład	W1
3.	Sztuka jako narzędzie w komunikacji marketingowej: • sztuka jako narzędzie wyrażania społecznych, politycznych i kulturowych zmian; • wykorzystanie sztuki w reklamie i marketingu; • sztuka jako środek wyrażania wartości i misji firmy; • studium przypadku: kampanie reklamowe inspirowane sztuką.	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	W1, W2, U1, K1
4.	Sztuka w przestrzeni publicznej: • sztuka uliczna i jej znaczenie dla miast i społeczności; • rola sztuki w kształtowaniu przestrzeni publicznej; • konflikty i debaty związane z umieszczaniem sztuki w miejscach publicznych.	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	W1, W2, K1
5.	Wpływ sztuki na biznes i zarządzanie: • sztuka jako narzędzie kreowania marki i wizerunku firm; • kreatywność artystyczna a innowacyjność w biznesie; • rola designu w procesie innowacji; • przegląd współczesnych trendów w designie; • jak menedżerowie mogą wykorzystać design thinking; • studium przypadku: innowacyjny projekt produktu lub usługi.	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	W1, U1, K1
6.	Sztuka a zrównoważony rozwój: • zrównoważony rozwój jako kierunek w sztuce i kulturze; • ekologiczne i społeczne przesłania w dziełach artystycznych; • rola sztuki w podnoszeniu świadomości na temat wyzwań ekologicznych.	Wykład	W1, K1
7.	Technologia a sztuka współczesna: • nowe media i technologie w twórczości artystycznej; • wykorzystanie nowych technologii, takich jak AI i VR, w tworzeniu i promocji sztuki; • studium przypadku: cyfrowa galeria sztuki i jej wpływ na rynek.	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	W1, U1, K1

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
8.	Krytyczna analiza dzieł sztuki współczesnej: • umiejętność interpretacji i analizy dzieł sztuki; • techniki i narzędzia do krytycznej oceny i zrozumienia sztuki współczesnej; • ćwiczenia praktyczne w analizie konkretnych dzieł (zajęcia terenowe w muzeum sztuki).	Ćwiczenia audytoryjne	U1, K1

4. Metody prowadzenia zajęć, weryfikacji efektów uczenia się i warunki zaliczenia

Forma zajęć		
Wykład	Metody prowadzenia zajęć:	
	Wykład, Case study	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Zaliczenie ustne	100%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
	Zaliczenie wykładu przeprowadzane jest w formie ustnej. Oceny są przyznawane zgodnie z następującą skalą procentową: 0%-50% - niedostateczny (ndst), 51%-60% - dostateczny (dst), 61%-70% - dostateczny plus (dst+), 71%-80% - dobry (db), 81%-90% - dobry plus (db+), 91%-100% - bardzo dobry (bdb).	
Ćwiczenia audytoryjne	Metody prowadzenia zajęć:	
	Case study, Design thinking	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Zaliczenie pisemne	100%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
	Warunkiem zaliczenia ćwiczeń jest uzyskanie pozytywnej oceny z każdego częściowego zaliczenia pisemnego. Ocena końcowa jest średnią arytmetyczną zebranych ocen z zaliczeń częściowych.	

Efekt uczenia się dla przedmiotu	Metody (sposoby) weryfikacji	
	Zaliczenie ustne	Zaliczenie pisemne
W1	x	x
W2	x	
U1		x
K1		x

5. Literatura

Literatura podstawowa

1. Izdebska K., 2022. Sztuka publiczna. Od projektów do praktyk postartystycznych. Brikolaz socjologiczny. Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
2. Jaworski M., Didkowska B., Cieřlikowska J., 2017. Świat z perspektywy sztuki, sztuka w perspektywie świata. Wydawnictwo Naukowe UMK, Toruń, t.1.
3. Gałazkiewicz I., 2016. Art branding. Wydawnictwo Słowa i Myśli, Lublin.

Literatura uzupełniająca

1. Strauss A., 2017. Dialogues between Art and Business: Collaborations, Cooptations, and Autonomy in a Knowledge Society. Cambridge Scholars Publishing. eBook
2. Hatałska N. 2014. Częćki przyciągania. Jak budować niestandardowe kampanie reklamowe? Helion, Gliwice.

6. Nakład pracy studenta - bilans godzin i punktów ECTS

Aktywność studenta		Obciążenie studenta Liczba godzin
Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia	Wykład	15
	Ćwiczenia audytoryjne	15
Praca własna studenta	Przygotowanie do zajęć	5
	Przygotowanie prezentacji multimedialnej	5
	Zbieranie informacji do zadanej pracy	10
	Konsultacje	5
Łączny nakład pracy studenta		55
Liczba punktów ECTS		2

* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut