

Kwalifikacja cząstkowa na poziomie szóstym Polskiej Ramy Kwalifikacji i europejskich ram kwalifikacji

Zarządzanie instytucjami kultury

Status: włączona funkcjonująca

Rodzaj: cząstkowa

Kategoria: studia podyplomowe

Data włączenia do ZSK: 2024-12-10

Dokument potwierdzający nadanie kwalifikacji: Świadectwo ukończenia studiów podyplomowych

Podstawowe informacje o kwalifikacji

Celem studiów na kierunku Zarządzanie instytucjami kultury jest wykształcenie profesjonalnej kadry kierowniczej i menadżerskiej dla instytucji kultury oraz podniesienie kwalifikacji istniejącej już kadry kierowniczej i menadżerskiej w instytucjach kultury. Kierunek ma na celu poszerzenie horyzontów i kompetencji osób pracujących w szeroko pojętym sektorze kultury i sztuki oraz kształtowanie wiedzy i umiejętności z zakresu zarządzania instytucjami kultury takich jak teatry, muzea, galerie sztuki, filharmonie i centra kulturalne. Kierunek przygotowuje Słuchaczy do efektywnego zarządzania finansami, zasobami ludzkimi, marketingiem i promocją w sektorze kultury. Zapewnia Słuchaczom zdolności analitycznych i krytycznego myślenia w odniesieniu do wyzwań i trendów w sektorze kultury. Celem kierunku jest przygotowanie Słuchaczy do rozwoju strategii, projektów i programów dla instytucji kultury, które będą sprzyjały ich rozwojowi, wzmacniały ich pozycję na rynku i przyciągały nowych odbiorców. Studia przygotowują Słuchaczy do pracy w sektorze kultury, zarówno w sektorze publicznym, jak i prywatnym, a także do pełnienia ról przywódczych w instytucjach kultury. Kształtują u Słuchaczy również świadomości roli kultury w społeczeństwie i ich zdolności do tworzenia innowacyjnych rozwiązań, które przyczynią się do rozwoju kultury i społeczeństwa. Studia podyplomowe skierowane są do osób, które uzyskały już wykształcenie wyższe (minimum na poziomie licencjata, inżyniera lub magistra) i chcą dalej rozwijać swoje umiejętności menedżerskie oraz zdobywać nową, aktualną wiedzę pod okiem specjalistów z wieloletnim doświadczeniem nie tylko naukowym, ale także zawodowym. Adresatami studiów podyplomowych na kierunku Zarządzanie instytucjami kultury są: Osoby zatrudnione w muzeach, teatrach, galeriach, czy centrach kultury, które chcą rozwijać umiejętności zarządzania. Absolwenci kulturoznawstwa, historii sztuki, czy literaturoznawstwa, którzy chcą poszerzyć kompetencje o zarządzanie instytucjami kultury. Osoby pracujące w urzędach kultury lub wydziałach kultury w samorządach, zainteresowane efektywnym zarządzaniem działalnością kulturalną na poziomie lokalnym. Osoby związane z agencjami eventowymi, firmami marketingowymi, czy fundacjami, które specjalizują się w obsłudze

sektora kultury.
- Przedsiębiorcy lub aspirujący właściciele instytucji kultury, którzy potrzebują wiedzy z zakresu zarządzania, aby skutecznie prowadzić własny biznes w tej dziedzinie.
- Osoby zatrudnione w administracji państwowej, które chcą lepiej zrozumieć i wspierać rozwój sektora kulturalnego na szczeblu publicznym.</p>

Informacje o kwalifikacji

W razie potrzeby warunki, jakie musi spełniać osoba przystępująca do walidacji

Studia podyplomowe w szkole wyższej ZPSB skierowane są do osób, które uzyskały już wykształcenie wyższe (minimum na poziomie licencjata, inżyniera lub magistra).

Informacje dodatkowe

Podstawa prawna włączenia kwalifikacji do ZSK

Uchwała Senatu nr 15/2024 Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu z dnia 10 grudnia 2024 r. w sprawie włączenia kwalifikacji do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (ZSK)

Data rozpoczęcia funkcjonowania kwalifikacji w ZSK

2024-12-10

Liczba punktów ECTS

30

Czas trwania studiów - liczba semestrów

2

Kod PKD (wg klasyfikacji 2007)

90.04 - Działalność obiektów kulturalnych

Zawody i specjalności, z którymi powiązana jest kwalifikacja (wg Klasyfikacji Zawodów i Specjalności)

112013 - Dyrektor rozwoju biznesu, 121203 - Kierownik działu zarządzania zasobami ludzkimi, 134908 - Kierownik biblioteki, 134909 - Kierownik galerii sztuki, 134910 - Kierownik muzeum, 143105 - Kierownik domu kultury, 143108 - Kierownik kina, 143116 - Dyrektor teatru, 143118 - Dyrektor filharmonii / opery /operetki/ orkiestry, 343990 - Pozostały średni personel w zakresie działalności artystycznej i kulturalnej gdzie indziej niesklasyfikowany

Kod ISCED

0200 - Programy i kwalifikacje związane ze sztuką i przedmiotami humanistycznymi nieokreślone dalej

Kod kwalifikacji (od 2020 roku)

54176

Efekty uczenia się

Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się

Absolwent studiów podyplomowych "Zarządzanie instytucjami kultury" to wszechstronny specjalista przygotowany do efektywnego zarządzania instytucjami kultury. Posiada szeroką wiedzę na temat zarządzania instytucjami kulturalnymi, w tym projektowania i rozwijania tych instytucji, organizacji eventów kulturalnych oraz zarządzania zespołami. Zna techniki marketingu kultury, przepisy prawa kulturalnego oraz zasady etyki w kulturze, co pozwala mu na świadome i odpowiedzialne prowadzenie działalności kulturalnej. Absolwent potrafi projektować i rozwijać instytucje kultury, organizować różnorodne wydarzenia kulturalne oraz skutecznie zarządzać zespołami pracowników. Stosuje nowoczesne techniki marketingowe, prowadzi kampanie promujące wydarzenia kulturalne oraz buduje pozytywny wizerunek instytucji kultury. Umie zarządzać projektami kulturalnymi, pozyskiwać środki finansowe oraz wprowadzać innowacje, które zwiększają efektywność działania instytucji kultury. Jest również wyposażony w umiejętności społeczne, które pozwalają mu efektywnie komunikować się w środowisku kulturalnym, prowadzić wystąpienia publiczne oraz budować relacje z partnerami i społecznością lokalną. Absolwent jest gotów do podejmowania decyzji w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu kulturalnym, radzenia sobie z wyzwaniami zarządzania instytucjami kultury oraz wspierania rozwoju kultury w społeczeństwie. Rozumie znaczenie etyki i odpowiedzialności społecznej, stosuje zasady zrównoważonego rozwoju oraz promuje wartości kulturowe, co czyni go wartościowym liderem w sektorze kultury. Absolwent wyróżnia się następującymi efektami uczenia się: - w zakresie wiedzy - potwierdzają znajomość zaawansowanej wiedzy z zakresu funkcjonowania polityki kulturalnej i mechanizmów w sektorach kultury; Identyfikuje i opisuje podstawowe procesy, takie jak zarządzanie działaniami operacyjnymi, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie finansami, marketing, sprzedaż, rozumie, jak poszczególne procesy są ze sobą powiązane i jak wpływają na funkcjonowanie instytucji kultury; Rozróżnia metodyki zarządzania projektami i zna narzędzia projektowe. - w zakresie umiejętności - potwierdzają umiejętność skutecznego zarządzania pracą instytucji kulturalnej, komunikowania się i negocjowanie z klientami, partnerami biznesowymi oraz pracownikami, zarządzania zespołem, motywowania pracowników i efektywnego delegowania zadań; tworzenia skutecznych strategii marketingowych i budowania marki instytucji kultury; - w zakresie kompetencji społecznych - potwierdzają gotowość do podejmowania decyzji i działania w dynamicznie zmieniającym się środowisku kulturalnym, radzenia sobie z wyzwaniami zarządzania instytucjami kultury oraz wspierania rozwoju kultury; budowania trwałych relacji, nawiązując kontakt z klientami i partnerami oraz utrzymując

pozytywne relacje; uczestniczenia w promowaniu etycznego zachowania i kultury pro jakościowej w sektorze kultury.

Zestawy efektów uczenia się

1) Zarządzanie operacyjne i strategiczne instytucją kultury

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

1. Zna w sposób zaawansowany zasady zarządzania instytucjami kultury, w tym specyfikę pracy w sektorze kultury oraz znaczenie i funkcje instytucji kulturalnych w społeczeństwie

Kryteria weryfikacji:

- a. wymienia i opisuje obszary polityki kulturalnej i wyzwania z nimi związane
- b. wyjaśnia, jak działają mechanizmy w obszarze kultury
- c. identyfikuje i opisuje podstawowe elementy sektora kultury, w tym organizacje funkcjonujące w sektorze, mechanizmy finansowania, głównych interesariuszy

2. Rozumie zasady projektowania i rozwijania instytucji kultury, organizacji eventów kulturalnych oraz zarządzania zespołami w kontekście kultury

Kryteria weryfikacji:

- a. rozróżnia metodyki zarządzania projektami i zna narzędzia projektowe
- b. opisuje i charakteryzuje procesy w planowaniu i organizacji wydarzeń kulturalnych
- c. zna techniki zarządzania zespołami
- d. rozumie znaczenie motywacji w osiąganiu celów indywidualnych i zespołowych

3. Rozumie ekonomiczne aspekty zarządzania instytucjami kultury, w tym źródła finansowania, zarządzanie projektami oraz znaczenie innowacji w kulturze

Kryteria weryfikacji:

- a. wymienia i opisuje narzędzia stosowane do analizy rynku, rozumie, jak stosować te narzędzia do oceny sytuacji instytucji kultury i podejmowania decyzji związanych z obszarem kultury i decyzji biznesowych
- b. wyjaśnia, jak działają mechanizmy w obszarze projektów kulturalnych oraz zna mechanizmy innowacyjne i ich zastosowanie w sektorze kultury
- c. identyfikuje i opisuje podstawowe procesy, takie jak zarządzanie działaniami operacyjnymi, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie finansami, marketing, sprzedaż, rozumie, jak poszczególne procesy są ze sobą powiązane i jak wpływają na funkcjonowanie instytucji kultury
- d. opisuje role i funkcje różnych uczestników rynku, takich jak widzowie, producenci, pośrednicy, regulatorzy, konkurenci, rozumie znaczenie relacji między tymi uczestnikami i ich wpływ na działalność instytucji kultury

4. Potrafi projektować i rozwijać instytucje kultury, organizować eventy kulturalne oraz skutecznie zarządzać zespołami w kontekście kultury

Kryteria weryfikacji:

- a. projektuje i wdraża nowe przedsięwzięcia w sektorze kultury
- b. planuje i organizuje wydarzenia kulturalne
- c. wykorzystuje różnorodne strategie komunikacji do budowy zaufania i atmosfery współpracy w zespole
- d. wspiera członków zespołu i rozwija ich kompetencje niezbędne do realizacji wyzwań indywidualnych i zespołowych

5. Umie stosować przepisy prawa kulturalnego, wdrażać zasady etyki w działalności kulturalnej oraz prowadzić edukację kulturalną w instytucjach kultury

Kryteria weryfikacji:

- a. stosuje odpowiednie przepisy prawa, które regulują działalność instytucji kultury
- b. inicjuje i prowadzi rozmowy dotyczące nowych projektów, współpracy i innowacyjnych inicjatyw edukacyjnych w instytucji kultury
- c. postępuje zgodnie z zasadami etyki zawodowej w działalności kulturalnej, dbając o uczciwość, transparentność i szacunek

6. Jest gotów do podejmowania decyzji i działania w dynamicznie zmieniającym się środowisku kulturalnym, radzenia sobie z wyzwaniami zarządzania instytucjami kultury oraz wspierania rozwoju kultury

Kryteria weryfikacji:

- a. w procesie zarządzania działaniami potrafi przyjąć różne role i różne perspektywy
- b. w komunikacji uwzględnia potrzeby informacyjne odbiorców komunikatów
- c. jest gotów do udzielania profesjonalnego wsparcia w celu budowania bezpiecznego środowiska pracy
- d. sprawnie podejmuje decyzje, skutecznie negocjuje, komunikuje się oraz współdziała z innymi

2) Analiza aspektów marketingowo-sprzedażowych w działalności instytucji kultury

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

1. Zna techniki marketingu kultury, zasady etyki w kulturze oraz przepisy prawa kulturalnego, które regulują działalność instytucji kultury

Kryteria weryfikacji:

- a. wymienia i opisuje kluczowe współczesne trendy w marketingu i rozumie, jak te trendy wpływają na działalność w sektorze kultury

- b. rozumie znaczenie obecności online dla współczesnych instytucji kultury i potrafi opisać, jak skutecznie wykorzystać narzędzia marketingu cyfrowego do budowania marki i zwiększania odzewu dla działań kulturalnych
- c. zna funkcjonalności najpopularniejszych narzędzi marketingowych i rozumie, jak mogą być wykorzystane do planowania, realizacji i analizy kampanii marketingowo-sprzedażowych
- d. identyfikuje i rozumie odpowiednie przepisy prawa i zasady etyki, które regulują działalność instytucji kultury

2. Stosuje techniki marketingu kultury, organizuje kampanie promujące wydarzenia kulturalne oraz buduje pozytywny wizerunek instytucji kultury

Kryteria weryfikacji:

- a. opracowuje kompleksowe kampanie promocyjne dedykowane dla poszczególnych wydarzeń kulturalnych
- b. planuje i tworzy kampanie marketingowe, wykorzystując różnorodne kanały komunikacji, dostosowuje treści i przekazy marketingowe do specyfiki różnych kanałów i grup docelowych
- c. tworzy i zarządza tożsamością marki instytucji kulturalnej, definiując jej misję, wizję, wartości, osobowość oraz unikalne cechy

3. Potrafi zarządzać projektami kulturalnymi, pozyskiwać środki finansowe na działalność kulturalną oraz wprowadzać innowacje w funkcjonowanie instytucji kultury

Kryteria weryfikacji:

- a. projektuje i wdraża nowe przedsięwzięcia w sektorze kultury
- b. pozyskuje środki finansowe na realizację działań kulturalnych z różnych źródeł finansowania
- c. opracowuje i wdraża innowacje w działalności instytucji kulturalnej
- d. kreuje politykę innowacji w instytucji

4. Rozwija umiejętność efektywnej komunikacji w kulturze, prowadzenia wystąpień publicznych oraz budowania relacji z partnerami i społecznością lokalną

Kryteria weryfikacji:

- a. aktywnie uczestniczy w pracy zespołowej, wykazując gotowość do współpracy i angażując się w realizację wspólnych celów
- b. buduje zaufanie i lojalność poprzez uczciwość, transparentność i rzetelność w relacjach
- c. dotrzymuje obietnic i zobowiązań, zapewniając wysoki poziom działania i wsparcia dla interesariuszy
- d. wykazuje elastyczność i kreatywność w radzeniu sobie z nieprzewidywanymi sytuacjami i wyzwaniem
- e. umiejętnie prezentuje stanowisko swoje, swojego zespołu i instytucji, którą reprezentuje

5. Rozumie znaczenie etyki i odpowiedzialności społecznej w kulturze, stosuje zasady

zrównoważonego rozwoju oraz promuje wartości kulturowe w działalności instytucji kultury

Kryteria weryfikacji:

- a. Swoimi działaniami promuje wartości kulturowe i odpowiedzialność społeczną w kulturze
- b. uczestniczy w promowaniu etycznego zachowania i kultury pro jakościowej w sektorze kultury
- c. uwzględnia różne perspektywy i oczekiwania w procesie dostosowania instytucji do wyzwań zrównoważonego rozwoju
- d. podejmując decyzje w sytuacjach trudnym kieruje się dobrem jednostki i ogółu

Instytucje certyfikujące i podmioty powiązane z kwalifikacją

Instytucje certyfikujące (IC)

Instytucje
walidujące

1 Zachodniopomorska Szkoła Biznesu - Akademia Nauk Stosowanych

Instytucja, która włączyła kwalifikację do ZSK

Zachodniopomorska Szkoła Biznesu - Akademia Nauk Stosowanych