



UNIWERSYTET  
Andrzeja Frycza Modrzewskiego  
w Krakowie

## KARTA PRZEDMIOTU

### 1. Informacje wstępne

Nazwa przedmiotu	Systemy dystrybucji filmów
Wydział	Wydział Zarządzania, Mediów i Technologii
Kierunek	Organizacja produkcji filmowej i telewizyjnej
Specjalność/Ścieżka specjalizacyjna	—
Poziom PRK	6 PRK
Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
Forma studiów	studia stacjonarne
Grupa zajęć	—
Liczba punktów ECTS	2
Rodzaj przedmiotu	fakultatywny
Liczba godzin ogółem	20 godz.
Cykl dydaktyczny	2023/2024 zimowy
Semestr studiów	5
Rok studiów	3
Profil kształcenia	praktyczny
Rok realizacji	2025/2026
Język wykładowy	polski
Osoba odpowiedzialna za przedmiot	mgr Artur Pacuła (e-mail: apacula@uafm.edu.pl)

### Semestr, liczba punktów ECTS, rodzaj zajęć, liczba godzin w planie studiów

Semestr	Konwersatoria
5	20 godz. 2 ECTS

### 2. Cele przedmiotu

C1	Najważniejszym i naczelnym zadaniem twórcy filmowego jest jego realizacja i produkcja w najlepszej jakości kreatywnej i technicznej. Głównym celem zajęć będzie przygotowanie studentów do myślenia o dziele filmowym w kontekście późniejszej dystrybucji, sprzedaży i zainteresowania widowni niezależnie od platformy, na jakiej będzie to dzieło dostępne.
----	--

### 3. Wymagania wstępne

brak

### 4. Opis efektów uczenia się

<b>W1</b>	Wiedza: Przygotować projekt filmowy lub wideo do zaprezentowania potencjalnym producentom i/lub dystrybutorom w celu wprowadzenia na rynek.	EUK6_W3, EUK6_W4, EUK6_W6
<b>U1</b>	Umiejętności: Zidentyfikować wszystkie ważne cechy swojego przyszłego dzieła filmowego. Określić jego gatunek, limity wiekowe, zdecydować o długości produkcji oraz najlepszej metodzie dystrybucji. Poza tym jest w stanie nakreślić wstępne założenia marketingowe i PR.	EUK6_U1, EUK6_U2, EUK6_U7
<b>K1</b>	Kompetencje społeczne: W przekonujący sposób zaprezentować swój projekt końcowy, pracować nad nim do najlepszego możliwego efektu. Bronić swoich pomysłów i twórczo o nich dyskutować.	EUK6_KS1, EUK6_KS2

### 5. Treści programowe

Konwersatoria (20 godz.)

<b>Kod</b>	<b>Tematyka zajęć (nr semestru: 5)</b>
------------	--

Kon1	<p>W trakcie zajęć omówione zostaną podstawy teoretyczne związane z marketingiem mix i jego elementami. Wskażę pewne podobieństwa między procesami w przypadku regularnych produktów (consumer goods) oraz produkcji filmowych (video). Oczywiście wskażę także różnice.</p> <p>W czasie kolejnych zajęć będziemy zajmować się poszczególnymi elementami składowymi marketingu mix. Omówimy definicję pojęcia Product, gdzie zajmiemy się jego technologią powstania, jakością, opakowaniem i brandingiem. Kilka słów opowiem o tym, jak ważny jest tytuł dzieła. Omówię kilka przykładów z ich zaletami i wadami. Jeśli uznamy za stosowne, przeprowadzę ćwiczenia ze słuchaczami nt. ich doświadczeń i opinii.</p> <p>Na kolejnych zajęciach przejdziemy do przedstawieniu części Proces, gdzie znajdzie się wyjaśnienie kalendarium od tworzenia dzieła filmowego, przez jego przejście przez poszczególne pola eksploatacji (kino, tv, vod), aż do zakończenia cyklu życia produktu.</p> <p>Potem przejdziemy do części dotyczącej Placementu, czyli zapewnienie miejsca, gdzie klient/widz uzyska możliwość obejrzenia dzieła filmowego. Będzie to okazja, aby studentów zapoznać z istniejącym rynkiem kinowym, zasadami jego działania, różnicami w operacji na różnych rynkach. Omówimy działanie sieci kinowych i kin jednosalowych. Osobne zajęcia zostaną poświęcone rynkowi telewizyjnemu i serwisom VOD.</p> <p>Ważnym elementem marketingu mix jest Price, dlatego poświęcimy także zajęcia temu pojęciu, gdzie przedstawię sposoby promocji sprzedaży poprzez zniżki, oferty specjalne oraz omówię sposoby rozliczania się pomiędzy kinami i platformami, a producentem dzieła filmowego.</p> <p>Dużą część zajęć zajmą sprawy związane z Promotion, przedstawię sposoby na przygotowanie filmu do sprawnych działań marketingowych i PR. Omówię zapotrzebowanie na materiały, które zostaną użyte w kampaniach komunikacyjnych. Ważnym rozdziałem wykładu będzie zwrócenie uwagi na precyzyjne określanie grupy targetowej, do której film lub serial jest kierowany. Wskażę jakie panują w tym temacie uproszczenia w branży oraz pokaże kilka błędów, na których się wiele nauczyłem. Jednym z elementów, będzie wskazanie na potencjał poszerzenia grupy odbiorców poza oczywistych widzów. Przeanalizujemy 2 – 3 casy.</p> <p>Osobny rozdział będzie dotyczył plakatu filmowego, czyli głównego materiału graficznego, jaki reprezentuje dzieło. Jest jego okładką lub opakowaniem. Omówię trendy i schematy obecne na dzisiejszym rynku. Wskażę zmieniające się formaty i sposoby prezentacji. Następnie omówię dokładnie kilka przykładów i kilkanaście pobieżnie. Zamierzam zaangażować studentów w tę część prosząc o przygotowanie kilku przykładów do omówienia.</p> <p>W następnej części przejdę do zwiastuna filmowego, który jest najlepszym przykładem samplingu. Potem będę mógł przejść do tematu muzyki. Przypomnę przykłady filmów, które zostały zapamiętane ze znakomitej muzyki wskaże jej wartość w kreacji dzieła oraz walory marketingowe. W tej części też liczę na zaangażowanie słuchaczy.</p> <p>Dzięki posiadaniu naturalnych ambasadorów dzieła w postaci ich twórców, możemy szeroko rozwinąć temat Public Relations. Opowiem o możliwościach, zasadach i sposobach zainteresowania mediów.</p> <p>Ważnym rozdziałem wykładu będzie omówienie zakupu mediów na wszystkich polach. Opowiem zatem o zakupach w telewizjach, radiu, prasie oraz reklamie zewnętrznej. Nieco więcej czasu poświęcę reklamie w internecie, gdyż w tym przypadku warunki zmieniają się bardzo szybko i należy szybko reagować. Poza tym czasami idą one wbrew tradycyjnym filmowym schematom. Chciałbym podkreślić, że należy o tej części kampanii pamiętać w procesie produkcyjnym. Potrzebne będą bowiem kreacji w różnych formatach i rozdzielczości. Osobną część stanowić będą nowości i ciekawostki, które mogą się przydać w przyszłym promowaniu dzieła.</p> <p>Jedne z zajęć poświęcę piractwu i działaniom anty-pirackim.</p>
------	--

## 6. Metody dydaktyczne

Konwersatoria	
M1	Analiza przypadków
M6	Dyskusja
M10	Konwersatorium
M17	Prezentacja multimedialna
M19	Studium przypadku
M20	Wykłady

## 7. Nakład pracy studenta

Forma aktywności studenta	Obciążenie studenta
Konwersatoria	20 godz.
W tym metodą e-learning:	0 godz.

Praca własna studenta	
przygotowanie projektu, Praca własna studenta	30 godz.

Całkowite obciążenia	
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu wynikająca z całego nakładu pracy studenta	50 godz.
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	2 ECTS

## 8. Kryteria oceny

Warunki zaliczenia przedmiotu:

Stworzenie projektu adaptacji filmowej na podstawie wybranej książki lub gry komputerowej.

Warunkiem zaliczenia przedmiotu na 6 jest złożenie pracy o wyjątkowym, kreatywnym pomysłe, która wykracza poza standardowe wymagania oraz wykonana jest w sposób wysoce estetyczny pod kątem graficznym.

Konwersatoria	
<b>Na ocenę 5:</b>	Praca zawiera wszystkie elementy niezbędne do stworzenia projektu takie jak, dobrze dobrany, precyzyjnie określony pomysł za dystrybucję, tytuł dzieła, synopsis, limit wiekowy, gatunek, kluczowe słowa, pomysły na muzykę i marketing wraz z PR, określonych partnerów promocyjnych. Projekt jest sporządzony w logiczny i schludny sposób.
<b>Na ocenę 4,5:</b>	Praca zawiera większość elementów niezbędne do stworzenia projektu takie jak, dobrze dobrany, precyzyjnie określony pomysł za dystrybucję, tytuł dzieła, synopsis, limit wiekowy, gatunek, kluczowe słowa, pomysły na muzykę i marketing wraz z PR, określonych partnerów promocyjnych. Projekt jest sporządzony w logiczny i schludny sposób.
<b>Na ocenę 4:</b>	Praca zawiera niektóre elementy niezbędne do stworzenia projektu takie jak, dobrze dobrany, precyzyjnie określony pomysł za dystrybucję, tytuł dzieła, synopsis, limit wiekowy, gatunek, kluczowe słowa, pomysły na muzykę i marketing wraz z PR, określonych partnerów promocyjnych.
<b>Na ocenę 3,5:</b>	Praca zawiera mniej niż 50 % elementów niezbędnych do stworzenia projektu takie jak, dobrze dobrany, precyzyjnie określony pomysł za dystrybucję, tytuł dzieła, synopsis, limit wiekowy, gatunek, kluczowe słowa, pomysły na muzykę i marketing wraz z PR, określonych partnerów promocyjnych.
<b>Na ocenę 3:</b>	Praca zawiera mniej niż 40 % elementów niezbędnych do stworzenia projektu takie jak, dobrze dobrany, precyzyjnie określony pomysł za dystrybucję, tytuł dzieła, synopsis, limit wiekowy, gatunek, kluczowe słowa, pomysły na muzykę i marketing wraz z PR, określonych partnerów promocyjnych. Praca wymaga poprawy w sprawie logiki prezentowanych materiałów.

## 9. Literatura

### Literatura podstawowa

1. Marta Nowakowska Dystrybucja: Pola Eksploatacji i monetyzacja z serii Kompendium Produkcji Filmu Fabularnego

### Literatura uzupełniająca

1. Sławomir Rogowski "Dystrybucja filmowa. Od kina do streamingu"

## 10. Informacje dodatkowe dla studentów

Prace końcowy należy przygotować w postaci prezentacji ppt, pdf lub .doc.

## **11. Informacja o osobach prowadzących zajęcia**

### **Osoby prowadzące zajęcia**

mgr Artur Pacuła (e-mail: [apacula@uafm.edu.pl](mailto:apacula@uafm.edu.pl))