

**UCHWAŁA NR 5/2024**  
**RADY UCZELNI**  
**AKADEMII MUZYCZNEJ IM. KRZYSZTOFA PENDERECKIEGO W KRAKOWIE**  
**z dnia 20 maja 2024 r.**

**w sprawie rekomendacji dla Wydawnictwa Akademii Muzycznej im. Krzysztofa Pendereckiego**

Działając na podstawie art. 18, ust. 1, punkt 4 ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce z dnia 20 lipca 2018 roku oraz § 20, ust. 1, punkt 4 Statutu Akademii Muzycznej w Krakowie z dnia 9 lipca 2019 roku Rada Uczelni uchwala się co następuje:

§ 1

1. Rada Uczelni przekazuje swoje stanowisko w zakresie działania Wydawnictwa AMKP wraz z rekomendacjami.
2. Stanowisko i rekomendacje stanowią Załącznik nr 1 do Uchwały.

§ 2

1. Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.
2. Treść uchwały publikowana jest w Biuletynie Informacji Publicznej Akademii Muzycznej im. Krzysztofa Pendereckiego w Krakowie w zakładce Prawo uczelniane/Uchwały Rady Uczelni/2024.

**Przewodnicząca Rady Uczelni**  
**Akademii Muzycznej im. Krzysztofa Pendereckiego w Krakowie**

  
**Izabela Błaszczyk**

## Załącznik nr 1

### Rekomendacje Rady Uczelni w zakresie Wydawnictwa AMKP

Rada Uczelni po zapoznaniu się ze szczegółową ankietą działalności Wydawnictwa w roku 2023 i po spotkaniu z przedstawicielkami Wydawnictwa Redaktor Naczelną Magdaleną Chrenkoff oraz Kierownikiem działu Darią Szwed w dniu 13 maja 2024 przedstawia poniższe rekomendacje:

- 1) Działalność Wydawnicza, stanowiąca niewielką ilościowo i wartościowo część działalności AMKP, odgrywa równocześnie bardzo ważną rolę wizerunkową i promocyjną dla Uczelni, szczególnie w kontekście działań innych akademii i uniwersytetów muzycznych w Polsce i na świecie.
- 2) Rada podkreśla wysoką jakość naukową, językową i edytorską publikacji AMKP i docenia dużą liczbę wydawnictw poświęconych osobie i twórczości patrona.
- 3) Rada zwraca uwagę na niską rotację zapasów magazynowych oraz niedostateczną aktywność promocyjną i marketingową.
- 4) W zakresie zwiększenia przychodów ze sprzedaży oraz rozładowania zapasów magazynowych (obecnie rotacja na poziomie 17 lat) Rada rekomenduje następujące rozwiązania:
  - a) zwiększenie liczby księgarń muzycznych i naukowych w obrocie detalicznym, nawiązanie współpracy przynajmniej z jedną siecią hurtową, zwiększenie liczby miejsc sprzedaży okazjonalnej, organizacja kampanii wyprzedażowych i promocyjnych;
  - b) zmiana formy elektronicznej dystrybucji wybranych publikacji książkowych z pdf na epub z wprowadzeniem ich do sprzedaży za pośrednictwem wyspecjalizowanych portali książek elektronicznych oraz wprowadzenie nagrań z CD do najważniejszych portali streamingowych, zamknięcie możliwości pobierania publikacji elektronicznych za o złotych ze Sklepu AMKP, całościowe prowadzenie i nadzorowanie produkcji nagrań przez Wydawnictwo
  - c) wprowadzenie możliwości zamawiania, opłacania i przesyłania publikacji ze Sklepu AMKP w nowoczesnej formie, tj. przy użyciu portfela elektronicznego, z możliwością wyboru sposobu i czasu przesyłki oraz naliczaniem ceny rzeczywiście adekwatnej do wagi przesyłki zarówno w kraju, jak i za granicą.
- 5) W zakresie aktywności promocyjnej i marketingowej Rada rekomenduje następujące rozwiązania:
  - a) wydzielenie w kosztorysie każdej nowej publikacji procentowych kosztów promocji do dyspozycji Wydawnictwa na reklamy prasowe, w programach wydarzeń muzycznych, w mediach społecznościowych, udział w targach krajowych i zagranicznych oraz spotkaniach promocyjnych, prezentacje książek podczas dużych wydarzeń muzycznych, prezentacje autorów i bohaterów publikacji książkowych i twórców nagrań oraz historii kompozytorów i ich utworów;
  - b) przeniesienie zakładki „Wydawnictwo” na belkę główną strony internetowej AMKP obok „Biblioteki”, wprowadzenie angielskiego panelu obsługi klienta w Sklepie internetowym, zmiana i uatrakcyjnienie wyglądu Sklepu poprzez ujednolicenie i poprawę opisów publikacji, stylów i wielkości czcionek, zamieszczanie fragmentów książek i nagrań, prezentację autorów i filtrowanie wg nazwisk publikacji, konsekwentne wprowadzenie wszystkich angielskich tłumaczeń tekstów, nagłówków i klocków / klawiszy;
  - c) zbudowanie listy klientów, grup odbiorców, listy remarketingowej poprzez aktywność w mediach społecznościowych, organizację newslettera, budowę listy mailingowej, wprowadzenie subskrypcji / zamówień na czasopisma i serie wydawnicze.

Rada sugeruje wdrożenie rekomendacji i zwraca się z prośbą przedstawienie raportu z ich realizacją do 30 listopada 2024 r.