



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Projekt współfinansowany przez
Unię Europejską w ramach
Europejskiego Funduszu
Społecznego

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Nazwa przedmiotu		Kod ECTS	
Ekonomia kultury		8.0.12306	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot			
Zakład Kulturoznawstwa			
Studia			
wydział	kierunek	poziom	drugiego stopnia
Wydział Filologiczny	Kulturoznawstwo	forma	stacjonarne
		moduł	Zarządzanie kulturą
		specjalnościowy	
		specjalizacja	wszystkie
Nazwisko osoby prowadzącej (osób prowadzących)			
prof. UG, dr hab. Katarzyna Kaczor			
Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin		Liczba punktów ECTS	
Formy zajęć		4	
Konwersatorium		30 godzin - udział w zajęciach;	
Sposób realizacji zajęć		30 godzin - lektura literatury przedmiotu;	
zajęcia on-line, zajęcia w sali dydaktycznej		40 godzin - przygotowanie trzech studiów	
Liczba godzin		przypadków funkcjonowania w polu kultury, w	
Konwersatorium: 30 godz.		kontekście jego uwarunkowań ekonomicznych.	
		Razem: 100 godzin = 4 ECTS	
Termin realizacji przedmiotu			
2023/2024 zimowy			
Status przedmiotu		Język wykładowy	
- obowiązkowy - fakultatywny (do wyboru)		polski	
Metody dydaktyczne		Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne	
- Analiza tekstów z dyskusją		Sposób zaliczenia	
- Analiza zdarzeń krytycznych (przypadków)		Zaliczenie na ocenę	
- Dyskusja		Formy zaliczenia	
- Wykład konwersatoryjny		- ustalenie oceny zaliczeniowej na podstawie ocen częściowych	
- Wykład problemowy		otrzymywanych w trakcie trwania semestru	
- Wykład z prezentacją multimedialną		- kolokwium	
		Podstawowe kryteria oceny	
		Podstawą przystąpienia do zaliczenia jest obecność na zajęciach (co najmniej 80%).	
		Ocena końcowa na podstawie kolokwium pisemnego ze znajomości treści programowych i wskazanej literatury - 100%.	
Sposób weryfikacji założonych efektów uczenia się			

zakładany efekt uczenia się	udział w dyskusji	wypowiedź ustna	kolokwium pisemne
	Wiedza		
K_W05	x	x	x
K_W08	x	x	x
	Umiejętności		
K_U01	x	x	x
K_U04	x	x	x
K_U07	x		x
	Kompetencje społeczne		
K_K01	x	x	
K_K02	x	x	

Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi

A. Wymagania formalne

Wybór specjalności

B. Wymagania wstępne

Znajomość podstawowych pojęć z zakresu ekonomii, prawa autorskiego i zagadnień związanych z obiegami kultury na poziomie studiów z zakresu kulturoznawstwa I stopnia.

Cele kształcenia

Przedmiot ma wyposażyć studenta kulturoznawstwa w wiedzę z zakresu ekonomii kultury definiowanej jako gospodarka oparta na wiedzy, iznajomości mechanizmów regulujących jej funkcjonowanie z uwzględnieniem specyfiki wybranych przemysłów kultury, niezbędna w procesierealizacji projektów z zakresu animacji i zarządzania kulturą.

Treści programowe

Pojęcia: ekonomia kultury, przemysły kultury, przemysły kreatywne, gospodarka oparta na wiedzy; ekonomia prestiżu; kultura jako część gospodarkiwspółtworząca PKB, urynkowanie działalności kulturalnej, modele relacji producent – twórca, modele finansowania działalności artystycznej;twórczej; ekonomiczny sens praw autorskich, wolny dostęp do dóbr kultury, „kultura za darmo”, zarządzanie prawami autorskimi jako aktywami ekonomicznymi; relacje pomiędzy prawem własności a kreatywnością.

- Ekonomia kultury (zagadnienia ogólne)
- Charakterystyka ekonomiczna sektora kultury (1-2)
- Dziedzictwo kulturalne i muzea (lektura)
- Dziedzictwo kulturowe i muzea (studium przypadku)
- Rynek wydawniczy i ekonomia prestiżu (lektura)
- Rynek wydawniczy i marki (studium przypadku)
- Sztuki performatywne (lektura)
- Przemysł muzyczny (lektura)
- Przemysł filmowy (lektura)
- Przemysły kreatywne (lektura)
- Przemysły kreatywne (studium przypadku)
- Miasta kreatywne (lektura)
- Miasta kreatywne (studium przypadku)
- Turystyka kulturalna (lektura/studium przypadku)

Wykaz literatury

A. Literatura podstawowa:

- J. English, *Ekonomia prestiżu*, Warszawa 2013.
- D. Ilczuk, *Ekonomika kultury*, Warszawa 2012.
- K. Kaczor, *Nazywam się Mróz. Remigiusz Mróz. O kreacji marki autorskiej/literackiej w polskim polu literackim/kultury*, „Media - Biznes - Kultura. Dziennikarstwo i komunikacja społeczna”, 2019, nr 1 (6), s. 71–80.
- Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki*, red. A. Gwóźdź, Warszawa 2010.
- M. Rogowska, *Koncepcja kreatywnego miasta w teorii i praktyce*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Gospodarka przestrzenna. Uwarunkowania ekonomiczne, prawne i samorządowe, 2013 nr 320, s. 156—165.
- D. Thorsby, *Ekonomia i kultura*, Warszawa 2010.
- R. Towse, *Ekonomia kultury. Kompendium*, Warszawa 2011.

B. Literatura uzupełniająca

- C. Anderson, *Długi ogon. Ekonomia przyszłości*, Poznań 2008.

C. Anderson, *Za darmo*, Poznań 2011.

S. Lash, C. Lury, *Globalny przemysł kulturowy*, Kraków 2011.

Kierunkowe efekty uczenia się

K_W05, K_W08
K_U01, K_U04, K_U07
K_K01, K_K02

Wiedza

Student:
K_W05 - ma ugruntowaną, specjalistyczną wiedzę z zakresu zarządzania kulturą;
K_W08 - ma szeroką wiedzą na temat współczesnego życia kulturalnego i artystycznego oraz funkcjonowania instytucji kultury i rynku sztuki.

Umiejętności

Student:
K_U01 - potrafi biegle wyszukiwać, interpretować i selekcjonować informacje, z wykorzystaniem różnych źródeł, mediów i technologii oraz formułować na ich podstawie samodzielne wnioski prezentowane w formie studium przypadku;
K_U04 - posiada umiejętność integrowania wiedzy z różnych dyscyplin humanistyki oraz jej stosowania w nietypowych sytuacjach zawodowych;
K_U07 - sprawnie przygotowuje wypowiedzi pisemne w języku polskim i wybranym języku obcym konieczne w zarządzaniu i realizacjami projektów w sektorze kultury.

Kompetencje społeczne (postawy)

Student:
K_K01 - rozumie znaczenie wiedzy, umiejętności i doświadczenia w działaniach związanych z realizacją projektów i zarządzaniem instytucjami kultury;
K_K02 - chętnie współdziała w zespole, którego pracą umie także zarządzać.

Kontakt

katarzyna.kaczor@ug.edu.pl