


**KAPITAŁ LUDZKI**  
 NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

 Projekt współfinansowany przez  
 Unię Europejską w ramach  
 Europejskiego Funduszu  
 Społecznego

**UNIA EUROPEJSKA**  
 EUROPEJSKI  
 FUNDUSZ SPOŁECZNY


<b>Nazwa przedmiotu</b>		<b>Kod ECTS</b>	
Przemysły kreatywne w Polsce i Europie		8.0.12302	
<b>Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot</b>			
Zakład Badań nad Sztukami Scenicznymi			
<b>Studia</b>			
<b>wydział</b>	<b>kierunek</b>	<b>poziom</b>	<b>drugiego stopnia</b>
Wydział Filologiczny	Kulturoznawstwo	forma	stacjonarne
		moduł	Zarządzanie kulturą
		specjalnościowy	
		specjalizacja	wszystkie
<b>Nazwisko osoby prowadzącej (osób prowadzących)</b>			
dr Katarzyna Pastuszak			
<b>Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin</b>		<b>Liczba punktów ECTS</b>	
<b>Formy zajęć</b>		4	
Konwersatorium		30 godzin - uczestnictwo w zajęciach;	
<b>Sposób realizacji zajęć</b>		40 godzin - przygotowanie projektu;	
zajęcia on-line, zajęcia w sali dydaktycznej		10 godzin - przygotowanie prezentacji projektu i jego ewaluacji;	
<b>Liczba godzin</b>		20 godzin - studiowanie literatury przedmiotu.	
Konwersatorium: 30 godz.		Razem: 100 godzin = 4 ECTS.	
<b>Termin realizacji przedmiotu</b>			
2023/2024 letni			
<b>Status przedmiotu</b>		<b>Język wykładowy</b>	
- obowiązkowy - fakultatywny (do wyboru)		polski	
<b>Metody dydaktyczne</b>		<b>Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne</b>	
- Dyskusja		<b>Sposób zaliczenia</b>	
- Metoda projektów (projekt badawczy, wdrożeniowy, praktyczny)		Zaliczenie na ocenę	
- Wykład konwersatoryjny		<b>Formy zaliczenia</b>	
- Wykład problemowy		wykonanie pracy zaliczeniowej - projekt lub prezentacja	
- Wykład z prezentacją multimedialną		<b>Podstawowe kryteria oceny</b>	
		• aktywna obecność (20%)	
		• przygotowanie projektu i jego prezentacja na zajęciach (80%)	
<b>Sposób weryfikacji założonych efektów uczenia się</b>			
<b>zakładany efekt uczenia się</b>	<b>udział w dyskusji</b>	<b>projekt zaliczeniowy</b>	
		Wiedza	
K_W05	x	x	
		Umiejętności	
K_U03	x	x	
K_U04	x	x	
		Kompetencje społeczne	
K_K01	x	x	
K_K02	x	x	
K_K05	x	x	
<b>Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi</b>			

<p><b>A. Wymagania formalne</b> Wybór specjalności</p>	
<p><b>B. Wymagania wstępne</b> Brak</p>	
<p><b>Cele kształcenia</b></p> <p>Celem jest zaznajomienie się z charakterystyką przemysłów kreatywnych: ich definicją oraz źródłami definicji, najważniejszymi badaniami i płynącymi z nich wnioskami, ich miejscem we współczesnym systemie ekonomicznym kraju i Europy, jego wyzwaniami i kierunkami rozwoju. Studenci i studentki poznają najciekawsze studia przypadku oraz przeprowadzą walidację biznesową pomstu z branży kreatywnej w oparciu o Business Model Canvas/ Lean Canvas oraz metodę Design Thinking.</p> <p>Studenci i studentki po ukończeniu zajęć powinni:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- posiadać dobrą orientację w sposobach definiowania przemysłów kultury i znać ich wyróżniki oraz tendencje rynkowe</li> <li>- orientować się w instrumentach wsparcia branż kreatywnych w Polsce</li> <li>- znać schemat Business Model Canvas/ Lean Canvas</li> <li>- znać metodę Design Thinking</li> </ul>	
<p><b>Treści programowe</b></p> <p>Przedmiotem zajęć są: historia powstania oraz przekształcenia definicji branż kreatywnych, charakterystyka i wyróżniki przemysłów kreatywnych, najważniejsze wobec nich strategie instytucjonalne oraz ich efekty, studia przypadków: instrumenty wsparcia oraz przedsiębiorstwa kreatywne; praktyczne narzędzia stosowane do rozwoju pomysłu biznesowego w zakresie branży kreatywnej.</p> <p>Historia powstania definicji branż kreatywnych sięga lat 90-tych, momentem przełomowym dla ich wyróżnienia z sektora branż tradycyjnych jako wyjątkowego obszaru aktywności ekonomicznej było powstanie w 1997 roku w Wielkiej Brytanii Creative Industries Task Force działającego przy Departamencie Kultury, Mediów i Sportu. Działania podjęte przez organ: pierwsze definicje oraz raporty wywołały falę dyskusji oraz kolejne badania, z których jednym z ważniejszych było badanie The Economy of Culture in Europe wykonane w 2006 roku na zlecenie Komisji Europejskiej. Podczas zajęć przyjrzymy się konkurencyjnym definicjom i rozróżnieniom. Omówione zostaną wnioski wynikające z badań nad przemysłem kreatywnym w Europie oraz analiza wdrożeń rekomendacji płynących z tych wniosków. Podane zostaną podstawowe dane na temat funkcjonowania przemysłów kreatywnych we współczesnej rzeczywistości rynkowej oraz tendencje ich rozwoju i zmian. Omówione zostaną ciekawe studia przypadków.</p> <p>Część praktyczna dotyczy wykorzystania najczęściej stosowanych współczesnych metod stosowanych w procesie budowania biznesów kreatywnych: metody Business Model Canvas/ Lean Canvas oraz Design Thinking. Studenci i studentki zmierzają się ze stworzeniem oraz walidacją pomysłu na przedsiębiorstwo, produkt lub usługę z zakresu przemysłu kreatywnego, wykorzystując do tego wyżej wymienione metody pracy start-upów kreatywnych.</p>	
<p><b>Wykaz literatury</b></p> <p><b>A1. Wykorzystywana podczas zajęć</b></p> <p>Richard Florida, „Narodziny klasy kreatywnej”, Warszawa 2010.        Ruth Towse, „Ekonomia kultury”, Warszawa 2012.        „Polska kreatywna”, autor zbiorowy, Woblink 2010.        Alexander Osterwalder &amp; Yves Pigneur, „Business Model Generation”, Gliwice 2012.        Eric Ries, „Metoda Lean Startup. Wykorzystaj innowacyjne narzędzia i stwórz firmę, która zdobędzie rynek”, Gliwice 2012.</p> <p><b>A2. Studiowana samodzielnie przez studenta</b></p> <p>Wydawnictwo Krytyki Politycznej, „Ekonomia kultury. Przewodnik krytyki politycznej”, Warszawa 2010.  <a href="http://www.miesiecznik.znak.com.pl/6732011piotr-lewandowski-marta-ponichterprzemysly-kreatywne-a-polska-gospodarka/">http://www.miesiecznik.znak.com.pl/6732011piotr-lewandowski-marta-ponichterprzemysly-kreatywne-a-polska-gospodarka/</a>        Waldemar Wierzyński, Przemysły kreatywne w Polsce – perspektywy rozwoju,  <a href="http://www.pi.gov.pl/PARP/chapter_86196.asp?soid=96BA40D2FF10483CBD9236D4405479F7">http://www.pi.gov.pl/PARP/chapter_86196.asp?soid=96BA40D2FF10483CBD9236D4405479F7</a></p> <p><b>B. Literatura uzupełniająca</b></p> <p>Department for Culture, Media and Sports, Creative Industries Mapping Document 2001, Londyn 2001.        John Howkins, „The Creative Economy. How People Make Money from Ideas”, UK 2001.        ECORYS, „Analiza potrzeb i rozwoju przemysłów kreatywnych”, Warszawa 2009.        Instytut Badań Strukturalnych, „Znaczenie gospodarcze przemysłów kultury - wstęp do analizy problemu”, Warszawa 2010.        Gwóźdź Andrzej (red.) „Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki”, Warszawa 2010.        Komisja Europejska, „ZIELONA KSIĘGA w sprawie uwalniania potencjału przedsiębiorstw z branży kultury i branży twórczej”, Bruksela 2010.  <a href="https://purpose.com.pl">https://purpose.com.pl</a>  <a href="http://www.kreatywnapolska.pl/">http://www.kreatywnapolska.pl/</a>  <a href="http://creativeeconomy.britishcouncil.org">http://creativeeconomy.britishcouncil.org</a>        KEA European Affairs, „The Economy of Culture in Europe”, Bruksela 2006, <a href="http://www.keanet.eu/ecoculture/studynew.pdf">http://www.keanet.eu/ecoculture/studynew.pdf</a>        Dorota Ilczuk, „Ekonomika kultury”, Warszawa 2012.</p>	
<p><b>Kierunkowe efekty uczenia się</b></p> <p>K_W05 K_U03, K_U04</p>	<p><b>Wiedza</b></p> <p>Student:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ma ugruntowaną wiedzę na temat przemysłów kreatywnych (K_W05).</li> </ul>

K_K01, K_K02, K_K05	
	<b>Umiejętności</b>
	Student: <ul style="list-style-type: none"><li>• potrafi samodzielnie zdobywać informacje na temat przemysłów kreatywnych (K_U03);</li><li>• integruje wiedzę z różnych obszarów (K_U04).</li></ul>
	<b>Kompetencje społeczne (postawy)</b>
	Student: <ul style="list-style-type: none"><li>• docenia znaczenie doświadczenia w aktywności zawodowej (K_K01);</li><li>• pracuje w zespole i umie nim zarządzać (K_K02);</li><li>• aktywnie działa na rzecz zachowania dziedzictwa kulturowego (K_K05).</li></ul>
<b>Kontakt</b>	
katarzyna.pastuszek@ug.edu.pl	