


**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		8.0.13158	
<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 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>			
2024/2025 letni			
<b>Status przedmiotu</b>		<b>Język wykładowy</b>	
fakultatywny (do wyboru)		polski	
<b>Metody dydaktyczne</b>		<b>Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dyskusja</li> <li>- Metoda projektów (projekt badawczy, wdrożeniowy, praktyczny)</li> <li>- Wykład konwersatoryjny</li> <li>- Wykład problemowy</li> <li>- Wykład z prezentacją multimedialną</li> </ul>		<b>Sposób zaliczenia</b>	
		Zaliczenie na ocenę	
		<b>Formy zaliczenia</b>	
		wykonanie pracy zaliczeniowej - projekt lub prezentacja	
		<b>Podstawowe kryteria oceny</b>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• czynny udział w zajęciach (20%)</li> <li>• przygotowanie projektu i jego prezentacja na zajęciach (80%)</li> </ul>	
<b>Sposób weryfikacji założonych efektów uczenia się</b>			
<b>zakładany efekt uczenia się</b>	<b>udział w dyskusji, także wokół literatury przedmiotu</b>	<b>projekt zaliczeniowy</b>	
		Wiedza	
K_W05	x	x	
K_W07	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	

**Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi****A. Wymagania formalne**

Wybór specjalności.

**B. Wymagania wstępne**

Brak.

**Cele kształcenia**

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 weryfikację biznesową pomysłu z branży kreatywnej w oparciu o Business Model Canvas/ Lean Canvas oraz metodę Design Thinking.

Studenci i studentki po ukończeniu zajęć powinni:

- posiadać dobrą orientację w sposobach definiowania przemysłów kultury i znać ich wyróżniki oraz tendencje rynkowe
- orientować się w instrumentach wsparcia branż kreatywnych w Polsce
- znać schemat Business Model Canvas/ Lean Canvas
- znać metodę Design Thinking

**Treści programowe**

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.

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.

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 zmierzą się ze stworzeniem oraz weryfikacją pomysłu na przedsiębiorstwo, produkt lub usługę z zakresu przemysłu kreatywnego, wykorzystując do tego wyżej wymienione metody pracy start-upów kreatywnych.

**Wykaz literatury****A.1. Wykorzystywana podczas zajęć:**

- Richard Florida, „Narodziny klasy kreatywnej”, Warszawa 2010.
- Ruth Towse, „Ekonomia kultury”, Warszawa 2012.
- „Polska kreatywna”, autor zbiorowy, Woblink 2010.
- Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, „Business Model Generation”, Gliwice 2012.
- Eric Ries, „Metoda Lean Startup. Wykorzystaj innowacyjne narzędzia i stwórz firmę, która zdobędzie rynek”, Gliwice 2012.

**A.2. Studiowana samodzielnie przez studenta:**

- Wydawnictwo Krytyki Politycznej, „Ekonomia kultury. Przewodnik krytyki politycznej”, Warszawa 2010.
- <http://www.miesiecznik.znak.com.pl/6732011piotr-lewandowski-marta-ponichterprzemysly-kreatywne-a-polska-gospodarka/>
- Waldemar Wierzyński, Przemysły kreatywne w Polsce – perspektywy rozwoju, [http://www.pi.gov.pl/PARP/chapter\\_86196.asp?soid=96BA40D2FF10483CBD9236D4405479F7](http://www.pi.gov.pl/PARP/chapter_86196.asp?soid=96BA40D2FF10483CBD9236D4405479F7)

**B. Literatura uzupełniająca:**

- 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.
- <https://purpose.com.pl>
- <http://www.kreatywnapolska.pl/>
- <http://creativeeconomy.britishcouncil.org>
- KEA European Affairs, „The Economy of Culture in Europe”, Bruksela 2006, <http://www.keanet.eu/ecoculture/studynew.pdf>
- Dorota Ilczuk, „Ekonomia kultury”, Warszawa 2012.

**Kierunkowe efekty uczenia się**

K\_W05, K\_W07

**Wiedza**

Student:

K_U03, K_U04 K_K01, K_K02, K_K05	<ul style="list-style-type: none"><li>• ma ugruntowaną wiedzę na temat przemysłów kreatywnych (K_W05);</li><li>• zna zasady etyki zawodowej kulturoznawcy, w szczególności z zakresu przemysłów kreatywnych (K_W07).</li></ul>
	<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.pastuszak@ug.edu.pl	