

Economics of Culture and Creative Industry - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Economics of Culture and Creative Industry
Kod przedmiotu	04.0-WZ-P-ECCI-S18
Wydział	Wydział Ekonomii i Zarządzania
Kierunek	WEiZ - oferta ERASMUS
Profil	-
Rodzaj studiów	Program Erasmus
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2019/2020

Informacje o przedmiocie	
Semestr	2
Liczba punktów ECTS do zdobycia	5
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	angielski
Sylabus opracował	• dr Sławomir Kotylak

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Ćwiczenia	30	2	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Transfer of knowledge within basic terms concerning economics of culture and creative industry. Definition of economic and sector terms. Characteristics of consumer behaviour on the market. Explanation of the behaviour of entities participating in the cultural sector. Creating the skills of using terminology of economy, differentiating and identifying factors influencing the choice of products and services of creative industry by consumers, elaborating the analysis of operating on the creative industry market for small and medium enterprises. Shaping the skills of group cooperation.

Wymagania wstępne

To obtain a pass for minimum satisfactory grade from the courses: microeconomics, macroeconomics.

Zakres tematyczny

Introduction to the economics of culture, Economic characteristics of the culture sector, The markets of products and services of culture.

Economic organization of creative industries, Production, cost and supply of culture goods, Consumption of products and services of culture, Economics of art and cultural heritage, The economics of artists markets, Economics of property rights, Economics of creative cities and cultural tourism

Economics of welfare and public finances, Why governments run cultural policy, Economics of welfare by Pigou, Sources of market failure in the culture sector, Cost and benefit analysis, Studies of economic results, Economic analysis of subsidies, Economics of creative sector (branches: music, film, broadcasting, publishing).

Metody kształcenia

Text study, group discussion, display, multimedia presentation, brainstorming, exchange of ideas, individual work, group work, project method, case studies, classic problem method, literature study, work with a book.

Efekty kształcenia i metody weryfikacji osiągnięcia efektów kształcenia

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student has the skill of using theoretical knowledge within economics in a particular area of enterprises and creators of culture.		<ul style="list-style-type: none">• obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta	<ul style="list-style-type: none">• Ćwiczenia
Student has more advanced knowledge about selected systems of legal and ethical norms and principles concerning the areas of culture and art.		<ul style="list-style-type: none">• dyskusja• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach• odpowiedź ustna	<ul style="list-style-type: none">• Ćwiczenia
Student can study individually the acquired knowledge and skills in the area of economics of culture and creative industry.		<ul style="list-style-type: none">• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	<ul style="list-style-type: none">• Ćwiczenia
Student has the knowledge within terminology used in economics, can define basic economic terms.		<ul style="list-style-type: none">• dyskusja• test egzaminacyjny z progami punktowymi	<ul style="list-style-type: none">• Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

The final grade includes: the grade from the test, which covers open questions and 2-3 problem questions, the grade from project on a chosen problem and the grade from tasks to solve individually.

Date of test: according to the schedule of studies. Date of the project will be decided individually.

Literatura podstawowa

1. R. Caves, *Creative Industries: Contracts between Arts and Commerce*, The Journal of Economic Perspectives, Vol. 17, No 2, 2003,
2. *Economy of Culture in Europe*, European Comision, DG E&C, Bruksela 2006
3. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005
4. A. Klasik, *Sektor kultury i przemysły kreatywne w rozwoju regionu na przykładzie Aglomeracji Górnośląskiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2010.
5. J. Schumpeter, *Teorie rozwoju gospodarczego*, PWN Warszawa 1960.
6. *Economy of Culture in Europe*, European Commission, E&C, Brussels 2006.

Literatura uzupełniająca

1. D. Throsby, *Economics and culture*, Cambridge University Press. 2001.

Uwagi

Lecturer: s.kotylak@wez.uz.zgora.pl

Zmodyfikowane przez dr Paweł Szudra (ostatnia modyfikacja: 11-05-2019 19:43)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ