

Entrepreneurship in the Artistic Sector and in Creative Industries - course description

General information	
Course name	Entrepreneurship in the Artistic Sector and in Creative Industries
Course ID	04.2-WH-PKI-PSKPK-S16
Faculty	Faculty of Humanities
Field of study	Culture studies
Education profile	academic
Level of studies	First-cycle studies leading to Bachelor's degree
Beginning semester	winter term 2022/2023

Course information	
Semester	2
ECTS credits to win	2
Available in specialities	Przemysł kreatywny w internecie
Course type	obligatory
Teaching language	polish
Author of syllabus	dr Agnieszka Szczap

Classes forms					
The class form	Hours per semester (full-time)	Hours per week (full-time)	Hours per semester (part-time)	Hours per week (part-time)	Form of assignment
Class	30	2	-	-	Credit with grade

Aim of the course

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z głównymi problemami związanymi z prowadzeniem działalności gospodarczej związanej z kulturą. Studenci będą mieli okazję poznać szeroki kontekst teoretyczny (m.in. konsekwencje postrzegania kultury jako towaru, rolę producenta i konsumenta kultury, kwestia prosumeryzmu), ale też szczegółowe, praktyczne zagadnienia (m.in. zasady prowadzenia działalności gospodarczej, podstawy zarządzania projektami kulturowymi, elementy projektowania produktów usług).

Prerequisites

Brak.

Scope

1. Kultura jako produkt.
2. Pomiędzy konsumentem a producentem kultury. Zjawisko prosumeryzmu.
3. Zarządzanie projektami w sferze kultury.
4. Praktyka działalności gospodarczej.
5. Podstawowe techniki analizy otoczenia biznesowego.
6. Budowanie modeli biznesowych.
7. Strategie marketingowe w instytucjach kultury.
8. Kultura w świecie internetu i start-upów.

Teaching methods

Dyskusja. Praca grupowa nad projektem.

Learning outcomes and methods of their verification

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
Ma wiedzę o ekonomicznych aspektach działalności instytucji kulturalnych.	• K_W13 • K_K07	• a preparation of a project	• Class
Potrafi przeprowadzić samodzielne analizy i badania dotyczące potrzeb klientów i oraz produktów kulturowych.	• K_U02 • K_K05	• a project	• Class

Assignment conditions

Aktywny udział w zajęciach. Realizowane zleconych zadań projektowych.

Recommended reading

1. P. Bendixen, *Wprowadzenie do ekonomiki kultury i sztuki*, Wydawnictwo UJ, Kraków 2001.
2. C. Gratton, *Zarządzanie w kulturze i rekreacji*, Semper, Warszawa 1995.
3. G. Hoogart, *Przedsiębiorczość w kulturze*, Wydawnictwo UJ, Kraków 1999.

Further reading

1. K. Mazurek-Łopacińska, *Kultura w gospodarce rynkowej*, Warszawa-Wrocław 1997.
2. E. Orzechowski, *Wokół zarządzania kulturą, edukacją, mediami*, Wydawnictwo UJ, Kraków 1999.
3. J.P. Lewis, *Podstawy zarządzania projektami*, Helion, Gliwice 2006.
4. J. Gołuchowski, Z. Spyra (red.), *Zarządzanie w kulturze, sztuce i turystyce kulturowej*, Katowice 2011.
5. A. Gwóźdź (red.), *Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki*, Katowice 2011.
6. M. Dragicevic-Sesic, B. Stojkowic, *Kultura: zarządzanie, animacja, marketing*, Warszawa 2010.
7. M. Kostera, M. Śliwa, *Zarządzanie w XXI wieku. Jakość, twórczość, kultura*, Warszawa 2012.
8. M. Lewandowski, *Zarządzanie strategiczne w instytucjach kultury*, Warszawa 2012.
9. D. Ilczuk, *Ekonomika kultury*, Warszawa 2012.

Notes

Modified by dr Agnieszka Szczap (last modification: 24-04-2022 18:27)

Generated automatically from SylabUZ computer system