

Wprowadzenie do przemysłu kreatywnego - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Wprowadzenie do przemysłu kreatywnego
Kod przedmiotu	04.2-WH-PKI-WPK-S16
Wydział	Wydział Humanistyczny
Kierunek	Kulturoznawstwo
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2016/2017

Informacje o przedmiocie	
Semestr	2
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr hab. Roman Sapeńko, prof. UZ

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

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z problematyką przemysłów kreatywnych oraz ich roli w rozwoju ekonomicznym.

Wymagania wstępne

Podstawy wiedzy z historii, kultury i rozwoju ekonomicznego.

Zakres tematyczny

Twórczość i sztuka, kreatywność i jej rodzaje.

Sektor kreatywny, gospodarka kreatywna, przemysły kreatywne - definicja.

Sektor kreatywny - kultura i przedsiębiorczość w XXI wieku.

Przemysł kreatywny - rodzaje działalności.

Struktura przemysłów kreatywnych.

Kultura i sektor kreatywny a ekonomia kultury.

Sektor kreatywny a konkurencyjność i innowacyjność gospodarki.

Znaczenie przemysłów kreatywnych dla rozwoju lokalnego.

Sektor kreatywny - dywersyfikacja rozwoju społecznego i politycznego i ekonomicznego,

Metody kształcenia

Dyskusja, praca z tekstem źródłowym, dyskusja, praca koncepcyjna i problemowa, metody aktywizujące (burza mózgów, projekty, dyskusje).

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągania efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów Metody weryfikacji	Forma zajęć
-------------	------------------------------------	-------------

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Ma elementarną wiedzę o powiązaniach studiowanej dyscypliny z innymi dyscyplinami społecznymi (socjologia, psychologia, politologia, antropologia). Ma podstawową wiedzę o współczesnym życiu kulturalnym i instytucjach kultury. Zna i rozumie podstawowe prawa i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej. Potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacje przy użyciu różnych źródeł i sposobów. Potrafi rozróżnić odmienne formy postrzegania życia społecznego (zwłaszcza w kontekście multikulturowości, dylematów etycznych, konfliktów społecznych, stylów życia, sporów wokół kultury popularnej). Uczestniczy w życiu kulturalnym i społecznym, angażuje się w budowanie projektów społecznych, kulturalnych i obywatelskich. Zna aspekty prawne, ekonomiczne i polityczne tej działalności. świadomie kształtuje i pielęgnuje własne upodobania kulturalne, ma świadomość różnorodności postaw i nastawień w tym kontekście, potrafi odnieść upodobania kulturalne do stylów życia, świadomie podchodzi do wytworów kultury popularnej i produkcji kulturalnej.	K_W07 K_W14 K_W16 K_U02 K_U09 K_K07 K_K08	- aktywność w trakcie zajęć - bieżąca kontrola na zajęciach - dyskusja - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Weryfikacja przygotowania do zajęć, punkty za aktywność na zajęciach, wystąpienie z prezentacją power point.

Literatura podstawowa

Carr J., Creative Industries, creative workers and the creative economy: a review of selected recent literature, Scottish Government Social Research, Edinburgh 2009.

Florida R., Narodziny klasy kreatywnej, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010.

Hausner J., Karwińska A., Purchla J., Kultura a rozwój, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2013.

Kasprzak R., Przemysły kreatywne w Polsce, uwarunkowania i perspektywy, Kamon Consulting, Warszawa 2013.

Landry C., Kreatywne miasto. Zestaw narzędzi dla miejskich innowatorów, NCK, Warszawa 2013.

Nacher A. (red.), Spacerowicze, nomadzi i sieciowi łowcy okazji, Małopolski Instytut Kultury, Kraków 2012.

Szultka S., Zbieranek P. (red.), Kultura – polityka – rozwój. O kulturze jako „dźwigni” rozwoju społecznego polskich metropolii i regionów, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2012.

Throsby D., Ekonomia i kultura, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010.

Towse, R., „Ekonomia kultury. Kompendium. Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2011.

Literatura uzupełniająca

Cieślak J., Internacjonalizacja młodych, innowacyjnych firm, PARP, Warszawa 2011.

Grochowski M., Sektor kreatywny w Warszawie. Potencjał i warunki rozwoju, Creative Metropolises, Warszawa 2010.

Hausner J. i wsp., Kurs na innowacje. Jak wyprowadzić Polskę z rozwojowego dryfu?, Fundacja Gospodarki i Administracji Publicznej, Kraków 2012.

Klincewicz K. et al., Klasa kreatywna w Polsce. Technologia, talent i tolerancja jako źródła rozwoju regionalnego, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2012.

Krapiński B. i in., Klastry w sektorach kreatywnych – motory rozwoju miast i regionów, PARP, Warszawa 2012.

Strykiewicz T. et al., Sektor kreatywny w poznańskiej gospodarce, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, Poznań 2009.

Wojnar K., Grochowski M., Infrastruktura kultury: polityka spójności, atrakcyjność miast, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2011.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr hab. Jacek Uglik, prof. UZ (ostatnia modyfikacja: 03-11-2016 16:03)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ