

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Przemysły kreatywne w Polsce i Europie, PG_00130993						
Kierunek studiów	Kulturoznawstwo (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2025/2026		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć specjalnościowych		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	4	Liczba punktów ECTS			4.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Filologiczny -> Instytut Badań nad Kulturą -> Zakład Kulturoznawstwa						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Katarzyna Pastuszek				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	30		2.0		68.0	100
Cel przedmiotu	Celem jest zaznajomienie się z charakterystyką przemysłów kreatywnych: ich definicja 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 przeprowadza walidację biznesową pomysłu z branży kreatywnej w oparciu o Business Model Canvas/ Lean Canvas oraz metodę Design Thinking.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[KULMU2_U04] Student posiada umiejętność integrowania wiedzy z różnych dyscyplin humanistyki oraz jej stosowania w nietypowych sytuacjach zawodowych.	Student integruje wiedzę z różnych obszarów (K_U04).	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[KULMU2_K01] Student rozumie znaczenie wiedzy, umiejętności i doświadczenia w działaniach zawodowych.	Student docenia znaczenie doświadczenia w aktywności zawodowej (K_K01);	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[KULMU2_U03] Student potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i poszerzać umiejętności w celu rozwijania własnych predyspozycji i świadomego kierowania karierą zawodową, zwłaszcza w zakresie wybranej specjalności.	Student potrafi samodzielnie zdobywać informacje na temat przemysłów kreatywnych (K_U03);	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU5] realizacja zadania problemowego
	[KULMU2_K05] Student aktywnie uczestniczy w działaniach na rzecz zachowania dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, Europy i świata.	Student aktywnie działa na rzecz zachowania dziedzictwa kulturowego (K_K05).	[SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[KULMU2_K02] Student chętnie współdziała w zespole, którego pracą umie także zarządzać.	Student pracuje w zespole i umie nim zarządzać (K_K02);	[SK5] realizacja zadania problemowego [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
[KULMU2_W05] Student ma ugruntowaną, specjalistyczną wiedzę z zakresu kultury audiowizualnej lub zarządzania kulturą.	Student ma ugruntowaną wiedzę na temat przemysłów kreatywnych (K_W05).	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW5] realizacja zadania problemowego	
Treści przedmiotu	<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 XX wieku, 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 fale 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>		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	przygotowanie prezentacji	80.0%	50.0%
	obecność i aktywność na zajęciach	90.0%	50.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<p>A1. Wykorzystywana podczas zajęć</p> <p>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.</p> <p>A2. Studiowana samodzielnie przez studenta</p> <p>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</p>
	Uzupełniająca lista lektur	<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. Gwoździński Andrzej (red.) Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki, Warszawa 2010. Komisja Europejska, ZIELONA KSIEGA w sprawie uwalniania potencjału przedsiębiorstw z branży kultury i branży twórczej, Bruksela 2010. https://purpose.com.pl http://www.kreatywnapolska.pl/ http://creativeconomy.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.</p>
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<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 XX wieku, 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 fale 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 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>	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.