

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Przemysły kreatywne w Polsce i Europie, PG_00130993						
Kierunek studiów	Kulturoznawstwo (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2027/2028		
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 metode Design Tnking.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[KULMU2_U02] Absolwent_ka 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_K05] Absolwent_ka 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_K01] Absolwent_ka rozumie znaczenie wiedzy, umiejętności i doświadczenia w działaniach zawodowych.	Student docenia znaczenie doświadczenia w aktywności zawodowej (K_K01);	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[KULMU2_W05] Student_ka ma pogłębioną specjalistyczną wiedzę z zakresu kultury audiowizualnej lub zarządzania kulturą.	Student ma ugruntowaną wiedzę na temat przemysłów kreatywnych (K_W05).	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SW5] realizacja zadania problemowego
	[KULMU2_U04] Student_ka 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/ dyskusja [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[KULMU2_U03] Student_ka 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/ dyskusja [SU5] realizacja zadania problemowego
Treści przedmiotu	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 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. 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 zmierza 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.		
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	A1. 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. A2. 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
	Uzupełniająca lista lektur	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 Badan Strukturalnych, "Znaczenie gospodarcze przemysłów kultury - wstęp do analizy problemu, Warszawa 2010. Gwozdz 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.
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	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 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. 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.	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.