

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
176813	Upravljanje kreativnim industrijama				Izborni	2
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P 20	S	V 20	E-učenje	40	6
Nastavnik	prof.dr.sc. Mario Tomiša					
Suradnik	dr. sc. Ivona Čulo					
Cilj predmeta	Osposobiti i pripremiti studente diplomskog studija za razumijevanje ciljeva, sadržaja i metoda rada u poticanju i analiziranju tema iz područja kreativnih industrija. Studenti će moći prepoznati, razumijeti i samostalno istraživati aktualne teme, teorije, primjere, slučajeve i trendove iz područja kreativnih industrija. U nastavnom će se procesu dobiti multidisciplinarni pristup i kroz primjere iz prakse pojedinih sektora istražiti područje upravljanja kreativnim industrijama.					
Ishodi učenja	1. Moći definirati ključne koncepte u kreativnim industrijama 2. Analizirati kreativnu ekonomiju i kreativno gospodarstvo 3. Razlikovati procese i ishode u kreativnim industrijama 4. Navesti i istražiti korisnike inovacija u kreativnim industrijama 5. Analizirati tržište za kreativan rad 6. Povezivati i komparirati teme u dužem vremenskom razdoblju radi stjecanja znanja i projiciranja budućih trendova razvoja kreativnih industrija					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine						
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminari i radionice Samostalni zadaci				Komentari	
Obveze studenata	Studenti su obvezni pohađati predavanja i vježbe u skladu s odredbama Sveučilišta Sjever; na vježbama su obvezni aktivno sudjelovati u rješavanju postavljenih problema, a tijekom semestra svaki je student obavezan izraditi projektni rad na temu iz područja koncepta i upravljanja kreativnim industrijama.					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina		Oblici nastave (sati)				
		Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje	
Uvodno predavanje Uvod u kreativne industrije		4		4		
Kreativna ekonomija i kreativne industrije		4		4		
Kreativnost i kreativan um		4		4		
Upravljanje kreativnim industrijama		4		4		
Predviđanja budućih trendova		4		4		
Obvezna literatura	1. Jones,C., Lorenzen, M. i Sapsed, J. (2015): The Oxford Handbook of Creative Industries, Oxford University Press: United Kingdom,					
Dopunska literatura	1. Flew, T. (2011). “Media as Creative Industries: Conglomeration and Globalization as Accumulation Strategies in an Age of Digital Media” in D. Winseck and D. Y. Jin (Eds)The Political Economies of Media: The Transformation of the Global Media Industries. L					
Način provjere ishoda učenja	Znanje se provjerava kroz praćenje aktivnosti na nastavi (permanentno ispitivanje). Aktivnost studenata/ica na vježbama prati se i boduje. Ispit - pismeni.					
Završni / Diplomski rad	Da					