

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
176793	Upravljanje kreativnim industrijama				Obvezni	2
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje	40	6
	20		20			
Nastavnik	prof.dr.sc. Mario Tomiša doc.dr.sc. Ivona Čulo					
Suradnik	Vito Turšić, v. pred.					
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 Seminar 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.					
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					