

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
294846	Poduzetništvo u kreativnoj industriji				Izborni	5
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Opći	P	S	V	E-učenje	30	3
	15	30	0			
Nastavnik	doc.dr.sc. Ivona Huđek Kanižaj					
Suradnik						
Cilj predmeta	Upoznati studente s temeljnim konceptima kreativne ekonomije i kreativnih industrija te njihovom ulogom u suvremenom gospodarstvu. Razviti razumijevanje poduzetničkog načina razmišljanja i specifičnosti poduzetničkog djelovanja u kreativnim sektorima. Omogućiti uvid u procese stvaranja vrijednosti, uključujući kreativnost, inovaciju, razumijevanje korisnika i prepoznavanje tržišnih prilika. Pružiti znanje o poslovnim modelima, MVP pristupu, financiranju i intelektualnom vlasništvu kao ključnim elementima razvoja kreativnog pothvata. Potaknuti analitičko razmišljanje o trendovima, izazovima i mogućnostima u kreativnim sektorima te razviti prezentacijske i timske vještine kroz izradu i prezentaciju sektorske analize.					
Ishodi učenja	1. Utvrditi i povezati temeljne koncepte kreativne ekonomije, kreativnih industrija i kreativnog poduzetništva te kritički prosuditi ulogu kreativnog poduzetnika u stvaranju vrijednosti. 2. Analizirati tržište, ciljane korisnike i njihove obrasce ponašanja te procijeniti poduzetničke prilike za stvaranje vrijednosti u odabranom sektoru kreativne industrije 3. Osmisliti primjenu poduzetničkih alata i metoda u analizi odabranog sektora kreativne industrije te kreirati i prezentirati završnu prezentaciju koja integrira i valorizira ključne elemente analize, uključujući korisnike, tržište, poduzetničke prilike i buduće trendove.					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Nema uvjeta					
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice E-učenje Samostalni zadaci				Komentari	
Obveze studenata	• Redovito i aktivno sudjelovanje na predavanjima te seminarima i radionicama. • Izvršavanje zadataka i aktivnosti na LMS sustavu, uključujući praćenje objavljenih materijala i pravovremenu predaju zadataka. • Sudjelovanje u timskom radu i doprinos izradi analize odabranog sektora kreativne industrije. • Prikupljanje, proučavanje i korištenje stručnih i znanstvenih izvora relevantnih za odabrani sektor. • Izrada i prezentiranje završne prezentacije sektora, koja uključuje ključne prilike, izazove i trendove, u skladu s uputama nastavnika. • Pravodobno izvršavanje svih zadataka i aktivnosti predviđenih seminarima i radionicama. • Sudjelovanje u završnoj prezentaciji te konstruktivna povratna informacija drugim timovima.					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina			Oblici nastave (sati)			
			Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje
Uvod u kreativnu ekonomiju, kreativne industrije i kreativno poduzetništvo; Definicija kreativnosti, kreativnih industrija (CI) i kreativnog poduzetništva. Uloga kreativnog poduzetnika u stvaranju i iskorištavanju kreativnog ili intelektualnog kapitala. Ključne karakteristike KI: fragmentirana struktura, dominacija mikro i malih poduzeća, važnost ideja i nematerijalnog vlasništva. Uvod u poduzetnički način razmišljanja. Novi oblici rada			3	6		

Stvaranje vrijednosti kroz kreativnost i inovaciju; Razumijevanje inovacije kao procesa pretvaranja ideje u uspješno poslovanje. Kreativnost kao sposobnost stvaranja novih i vrijednih ideja, rješenja ili kompozicija.	2	4
Istraživanje tržišta i ciljanje pravog kupca; Proces istraživanja konkurenata i kupaca. Koncept poznavanja kupca i razumijevanja njegovih potreba. Korištenje mape korisničkog putovanja (Customer Journey Map – CJM) za analizu korisničkog iskustva. Definicija i izrada Persone, uključujući potrošačke životne stadije. Uvod u Design Thinking kao korisnički orijentirani pristup istraživanju tržišta i oblikovanju vrijednosti.	2	4
Poslovni modeli u kreativnoj industriji i razvoj minimalno održivog proizvoda (MVP); Pregled poslovnih modela u kreativnoj industriji. Evaluacija poduzetničkih prilika pomoću VRIO matrice. Razvoj proizvoda kroz koncept minimalno održivog proizvoda (MVP) i strategije pivotiranja. Uloga učenja iz neuspjeha u poduzetničkom procesu	2	4
Izvori financiranja kreativnih poduzetničkih pothvata i intelektualno vlasništvo; Financiranje kreativnih poduzetničkih pothvata (grantovi, potpore i drugi izvori). Uloga intelektualnog vlasništva (IP) u stvaranju, zaštiti i komercijalizaciji vrijednosti u kreativnoj industriji.	2	4
Distribucija i promocija u kreativnoj industriji; Strateški aspekti distribucije i promocije kreativnih proizvoda i usluga. Odabir i upravljanje distribucijskim kanalima. Uloga digitalnih platformi. Primjena digitalnog marketinga, izrada web sadržaja, storytelling i izgradnja zajednice (community building).	2	4
Budućnost kreativne industrije: globalni trendovi i ekonomija doživljaja. Analiza globalnih trendova i budućih razvojnih smjerova u kreativnoj industriji. Uloga ekonomije doživljaja i njezina evolucija prema transformacijskoj ekonomiji. Pregled četiri vrste doživljaja.	2	4

Obvezna literatura	1. McIntyre, P., Fulton, J., Kerrigan, S., & Meany, M. (2023). Entrepreneurship in the creative industries: How innovative agents, skills and networks interact. Springer Nature. 2. Loy, A., & Aageson, T. (2018). Creative economy entrepreneurs: from startup to success. How entrepreneurs in the creative industries are transforming the global economy. Santa Fe, NM: Global Center for Cultural Entrepreneurship DBA, Creative Startups 3. Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2015). Value proposition design: How to create products and services customers want. John Wiley & Sons.
Dopunska literatura	1. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley & Sons. 2. Reis, E. (2011). The lean startup. New York: Crown Business, 27, 2016-2020. 3. Barringer, B. R. & Ireland, R. D. Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures. 4. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for humanity. John Wiley & Sons. 5. Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). The experience economy. 6. Jensen, R. (1999). The dream society: How the coming shift from information to imagination will transform your business (Vol. 1, No. 1). New York: McGraw-Hill.

Način provjere ishoda učenja	Ocjenjivanje se temelji na pismenom ispitu te na nizu aktivnosti provedenih tijekom semestra u okviru nastave i seminara. Vrednuju se sljedeće komponente: 1. Pismeni ispit: 60% bodova. Pismeni ispit provjerava razumijevanje temeljnih koncepata kreativne ekonomije, kreativnih industrija, kreativnog poduzetništva, poslovnih modela, istraživanja tržišta, MVP pristupa, financiranja i trendova u kreativnim sektorima. Položen pismeni ispit preduvjet je za prolaz kolegija. 2. Seminarske aktivnosti: 40% bodova. Uključuju aktivnost u nastavi, istraživačke zadatke, izradu i prezentaciju završne prezentacije sektorske analize te sudjelovanje u online aktivnostima putem LMS sustava. Posebno se vrednuju angažman u timskom radu, kvaliteta provedene analize i pravovremeno izvršavanje obveza. Ocjenjivanje seminarskog dijela usmjereno je na razvoj analitičkih, istraživačkih, prezentacijskih i poduzetničkih kompetencija u skladu s ishodima učenja.
Završni / Diplomski rad	Da