



Przedmiot: EKONOMIA KULTURY				
Forma zajęć: wykład	Semestr: 4	Rok: 2	Wymiar godzin: 18	Punkty ECTS: 3
Forma zaliczenia: zaliczenie na ocenę		Typ przedmiotu: do wyboru		Język nauczania: polski
Kierunek: Ekonomia			Tryb: niestacjonarne zaoczne	Rodzaj: magisterskie
Specjalność: Gospodarka Publiczna				
Katedra: Katedra Badań Marketingowych				
Stopień naukowy wykładowcy: prof. dr hab.		Imię i nazwisko wykładowcy: Krystyna Mazurek-Łopacińska		

Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):

Mikroekonomia, Makroekonomia, Podstawy marketingu

Program przedmiotu:

- I. Podstawowe pojęcia z zakresu ekonomii kultury, rynku kultury
- II. Rola kultury w gospodarce rynkowej
- III. Globalizacja i jej wpływ na funkcjonowanie rynku kultury
- IV. Modele polityki kulturalnej państwa
- V. Bezpośrednie i pośrednie finansowanie kultury z budżetu
- VI. Realizacja zadań z dziedziny kultury przez organy państwa i jednostki samorządu terytorialnego
- VII. Finansowanie kultury ze środków odbiorców oferty kulturalnej
- VIII. Finansowanie kultury przez sektor prywatny - mecenat i sponsoring kultury
- IX. Możliwości zastosowania instrumentów partnerstwa publiczno-prywatnego i partnerstwa publiczno-prywatno-unijnego w sferze kultury
- X. Instytucje non-profit w kulturze

Metody dydaktyczne:

wykład z elementami dyskusji

Cele przedmiotu:

Celem kursu jest zapoznanie studentów ze specyfiką i tendencjami rozwoju rynku kultury, a także jego subrynków. Wśród czynników wpływających na funkcjonowanie rynku kultury zostaną przedstawione m.in.: modele polityki kulturalnej, procesy globalizacji i integracji europejskiej, zmiany w sposobach finansowania i zarządzania sferą kultury, a także zachowania odbiorców oferty kulturalnej.

Warunki zaliczenia:

zaliczenie na ocenę –kolokwium, aktywność na zajęciach

Literatura podstawowa (do 4 pozycji):

1. K. Mazurek-Łopacińska (red.): Kultura w gospodarce rynkowej. Problemy adaptacji marketingu, Wyd. AEwe Wrocławiu, Warszawa-Wrocław 1997;
2. K. Mazurek-Łopacińska (red.):Problemy zarządzania sferą kultury i turystyki, Wyd. AE we Wrocławiu, Warszawa-Wrocław 1999
3. R. Borowiecki (red.): Perspektywy rozwoju sektora kultury w Polsce, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2004
4. E. Orzechowski i inni (red.): Zarządzanie w kulturze, tom 1 – 8, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2000-2007

Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):

5. M. Sobocińska: Zachowania nabywców na rynku dóbr i usług kultury. Warszawa: PWE 2008
6. D. Ilczuk: Polityka kulturalna w społeczeństwie obywatelskim, Narodowe Centrum Kultury, Wyd. UJ, Kraków 2002
7. G. Matt: Muzeum jako przedsiębiorstwo. Łatwo i przystępnie o zarządzaniu instytucją kultury, Fundacja Aletheia, Warszawa 2006
8. J. Szomburg (red.): Kultura i przemysły kultury szansą rozwojową dla Polski, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2002