

RTU studiju kurss "Kultūras un radošās nozares"**22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte****Vispārējā informācija**

Kods	LKA212
Nosaukums	Kultūras un radošās nozares
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītbspēks	Deniss Ščeuļovs - Doktors, Profesors
Apjoms daļās un kredītpunktos	2 daļas, 12.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV, EN
Anotācija	Kursu docē LKA mācītbspēki: Agnese Hermāne – docente, Mg.art, zinātniskā asistente, Astrīda Rogule – docente, Aija Freimane – doktors, asoc. viesprof., Roberts Putnis – Mg.art. vieslektors, Guna Zučika – vieslektors, Mārtiņš Linda – vieslektors, nozaru vieslektori. Lekciju kursa ietvaros tiek aplūkoti dažādu kultūras un radošo nozaru darbības specifika: mūzikas industrija, dizains, grafiskais dizains, kultūras tūrisms, mediju un reklāmas industrijas darbības modeļi un mūsdienu attīstības tendences. Kursā ietvaros studenti klausīsies nozaru vieslektoru lekcijas, lai iepazītu dažādu nozaru darbības praksi.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Kursa mērķis ir radīt studentiem izpratni par dažādu radošo industriju nozaru darbības specifiku, lai sekmētu dažādu nozaru sinerģijas iespēju izpratni. Kurss nodrošinās studentiem zināšanas par nozaru uzbūvi un praktisko darbību, palīdzēs noteikt studentiem sev interesējošās jomas, ko padziļināti apgūt prakses ievāros, un apzināties dažādu nozaru sadarbības nepieciešamību inovāciju radīšanā.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Katras tēmas noslēgumā jāveic patstāvīgs darbs, kas demonstrē studenta patstāvīgi apgūtās zināšanas par nozares funkcionēšanu un specifiku. Tiek miksēti referāti, prezentācijas, testi un semināri.
Literatūra	Carlsson, Ulla (ed.). Freedom of Expression and Media in Transition Gothenburg, 2016 Cross, N. Design Thinking Oxford: Berg 2011 Fallan, K. Design History. Understanding theory and method Oxford: Berg 2010 Film Production Management 101-2nd edition: Management & Coordination in a Digital Age Debora Phaz, 2010 Hashimoto A. Visual Design Fundamentals: A Digital Approach. Hingham, Massachusetts: Charles River Media, Inc: 2004. 345 p. Heskett, John. Design: A Very Short Introduction Oxford University Press, 2002. 148 p. Hollifield, Ann. Wicks LeBlanc, Jan. Sylvie, George. Lowrey, Wilson. Media Management: A Casebook Approach (Routledge Communication Series). 5th Edition Routledge. 2015 Hoover, Stephen. Film Production: Theory and Practice Stephen Hoover. 2013 Ichou, Rachel Pollack. World Trends In Freedom of Expression and Media Development: Special Digital Focus 2015 Intellect, 2012 Jugenheimer D.W., Kelley L.D., Klein Monroe F. Advertising Management Routledge, 2009 Klaič, Dragan. Resetting the Stage. Public Theatre Between the Market and Democracy Bristol and Chicago: Intellect, 2012 Knight C., Glaser J. The Graphic Designer's Guide to Effective Visual Communication Page One, 2005 Küng, Lucy. Strategic Management in the Media: Theory to Practice. 2nd Edition SAGE Publications Ltd. 2017 Lockwood, T. Design Thinking. New York Allworth Press, DMI 2010 Makkerčers, Bobs. Kultūras tūrisms Neputns, 2007 McCombs, Maxwell. Setting the Agenda Cambridge, 2014 Passman, Donald. All You Need to Know about the Music business: Ninth Edition Simon & Schuster. 2015 Maureen Ryan. Producer to Producer: A Step-By-Step Guide to Low Budgets Independent Film Producing 2010
Nepieciešamās priekšzināšanas	Nav nepieciešamas.

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Populārās mūzikas menedžments, industrijas struktūra, grupu un kompāniju darbības modeļi, mūzikas eksports.	16	24	10	28
Kino producēšanas process, modeļi.	8	12	4	16
Filmēšanas procesa organizēšana, filmu izplatīšana.	8	12	4	16
Reklāmas industrijas uzbūve, kompāniju biznesa modeļi.	8	8	4	16
Kultūras tūrisms, tā veidi.	4	6	2	8
Galvenās kultūras tūrisma attīstības tendences Eiropā un pasaulē.	4	6	2	8
Latvijas kultūras tūrisma produkts un tā specifika, Latvijas kultūrtūrisma tirgus.	4	6	2	8
Kultūras tūrisma galamērķis - viesmīlības faktors. Serviss un infrastruktūra.	4	6	2	8

Mediju zinātnes teorētiskie pamati, mediju tirgus uzbūve un organizācija. Mediju veidi.	6	8	4	10
Medijpratības jēdziens.	4	8	2	10
Ieskats Latvijas mediju politikā.	4	8	2	10
Sabiedrisko mediju specifiskais profils, loma mediju tirgū un sabiedrībā.	4	8	2	10
Sociālo mediju darbība un aktuālās tendences.	6	8	4	10
Jēdziens "dizains" un tā definējuma problemātika, vēsturiskā attīstība.	12	16	8	20
Dizaina domāšana un ētika.	10	16	6	20
Dizaina industrija Latvijā.	10	16	6	20
Grafikas dizains un tā elementi - krāsa, teksts, kompozīcija, grafikas redaktori.	16	24	8	30
Kopā:	128	192	72	248

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Studējošie izprot populārās mūzikas tirgus struktūru.	Eseja
Studējošie orientējas filmas veidošanas procesā, spēj sastādīt filmēšanas procesa plānu.	Praktisks uzdevums
Studējošie ir informēti par reklāmas industrijas aktuālajām attīstības tendencēm Latvijā.	Lekciju atziņu izklāsts
Studējošie pārzina kultūras tūrisma terminoloģiju, izprot Latvijas, Eiropas un pasaules tūrisma aktuālo problemātiku.	Tests
Studējošie pārzina mediju teorijas pamatus, nozares darbības pamatprincipus un dažādu mediju darbības specifiku.	Tests
Studējošie izprot sociālo mediju darbības līmeņus.	Diskusijas, tests
Celts studējošo medijpratības līmenis.	Diskusijas, tests
Studējošie orientējas dizaina nozares struktūrā, pārzina nozīmīgāko spēlētāju darbu.	Prezentācija
Studējošie izprot dizaina domāšanas procesu, spēj to pielietot praksē dažādu problēmu risināšanā.	Grupu darbs
Spēj novērtēt grafiskā dizaina pamatprincipu pielietojumu dažādās nozarēs.	Prezentācija par grafiskā dizaina elementiem
Studējošie spēj patstāvīgi lietot grafiskā dizaina redaktorus, veidot savus grafiskā dizaina darbus.	Patstāvīgais darbs. Grafikas dizaina projekts

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Eseja par mūzikas industriju	13
Filmēšanas eksplikācija	13
Lekciju atziņu apkopojums par reklāmas tirgu Latvijā	6
Tests par kultūras tūrisma	13
Tests par mediju industriju	18
Grupu darbs – dizaina problēmas risinājums, prezentācija	24
Prezentācija un radošs darbs grafiskajā dizainā	13
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	6.0	1.2	0.3	0.0	*		
2.	6.0	1.2	0.3	0.0		*	