

## RTU studiju kurss "Kultūras un radošās nozares"

22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte

**Vispārējā informācija**

Kods	PA0118
Nosaukums	Kultūras un radošās nozares
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītbspēks	Deniss Šceulovs - Doktors, Profesors
Apjoms daļās un kredītpunktos	3 daļas, 9.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV, EN
Anotācija	Atbildīgais mācītbspēks LKA: Agnese Hermane – Mg. art, docente. Studiju kursa ietvaros tiek aplūkota dažādu kultūras un radošo industriju nozaru darbības specifika: populārās mūzikas industrija, akadēmiskās mūzikas menedžments, dizains un grafiskā dizaina pamati, kultūras tūrisms, mediju industrija un tās mūsdienu attīstības tendences. Studiju kursa ietvaros studenti klausīsies nozaru vieslektoru lekcijas, lai iepazītu dažādu nozaru darbības praksi.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Studiju kursa mērķis ir radīt studentiem izpratni par dažādu kultūras un radošo industriju nozaru darbības specifiku, lai sekmētu dažādu nozaru sinerģijas iespēju izpratni. Studiju kursa rezultāti: studentiem ir zināšanas par nozaru uzbūvi un praktisko darbību; studenti spēj noteikt sev interesējošās radošo industriju jomas, ko padziļināti apgūt prakses ietvaros; studenti apzinās 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. Patstāvīgais darbs var ietvert referātus, prezentācijas, testus un seminārus.
Literatūra	1. Carlsson, Ulla (ed.). Freedom of Expression and Media in Transition. Gotheburg, 2016. 2. Cross, N. (2011). Design Thinking. Oxford: Berg. 3. Fallan, K. (2010). Design History. Understanding theory and method. Oxford: Berg. 4. Film Production Management 101-2nd edition: Management & Coordination in a Digital Age, Debora Phaz, 2010. 5. Hashimoto A., Visual Design Fundamentals: A Digital Approach. Hingham, Massachusetts: Charles River Media, Inc: 2004. 345 p. 6. Heskett, John (2002). Design: A Very Short Introduction. Oxford University Press. 148 p. 7. Hollifield, Ann. Wicks LeBlanc, Jan. Sylvie, George. Lowrey, Wilson. Media Management: A Casebook Approach (Routledge Communication Series). 5th Edition. Routledge. 2015. 8. Hoover, Stephen. Film Production: Theory and Practice. Stephen Hoover. 2013. 9. Ichou, Rachel Pollack. World Trends In Freedom of Expression and Media Development: Special Digital Focus 2015. Paris, 2017. 10. Klaič, Dragan. Resetting the Stage. Public Theatre Between the Market and Democracy. Bristol and Chicago: Intellect, 2012. 11. Knight C., Glaser J., The Graphic Designer's Guide to Effective Visual Communication. – Page One, 2005. 12. Küng, Lucy. Strategic Management in the Media: Theory to Practice. 2nd Edition. SAGE Publications Ltd. 2017. 13. Lockwood, T. (2010). Design Thinking. New York: Allworth Press, DMI. 14. Makkerčers, Bobs. Kultūras tūrisms. Neputns, 2007 15. McCombs, Maxwell. Setting the Agenda. Cambridge, 2014. 16. Passman, Donald. All You Need to Know about the Music business: Ninth Edition. Simon & Schuster. 2015. 17. Producer to Producer: A Step-By-Step Guide to Low Budgets Independent Film Producing, Maureen Ryan, 2010.
Nepieciešamās priekšzināšanas	n/a

**Studiju kursa saturs**

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Mūzikas industrija. Populārās mūzikas menedžments, industrijas struktūra, darbības modeļi, mūzikas eksports, valsts atbalsts un nozīme.	16	24	0	0
Dizains. Teorija, dizainera identitāte, vizuālā komunikācija un grafikas dizains, produktu dizains, zīmola būvēšana, inovācijas.	32	48	0	0
Mediju industrija. Teorētiskie pamati, tiesiskais regulējums, tirgus uzbūve, sabiedriskie mediji un sociālie mediji, medijpratība.	16	24	0	0
Kino producēšana. Producēšanas process, modeļi, filmēšanas organizēšana, iesaistīto pušu atbildība, pamatdokumentācijas sastādīšana.	16	24	0	0
Kultūras tūrisms. Galvenās iezīmes, kultūras tūrisma produkts, tirgus, attīstības tendences, pasākumu tūrisma menedžments.	16	24	0	0
<b>Kopā:</b>	<b>96</b>	<b>144</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana**

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Pārzina dažādu kultūras un radošo nozaru darbības pamatprincipus, procesus un aktuālās tendences.	Prezentācijas un esejas.
Pārzina nozaru teorētiskos pamatprincipus, normatīvo regulējumu, globālo kontekstu.	Testi.
Orientējas nozaru struktūrā, pārzina nozaru nozīmīgāko spēlētāju darbu.	Grupu darbi.
Spēj izprast un novērtēt dizaina domāšanas un grafiskā dizaina pamatprincipu pielietojumu dažādās nozarēs un ir praktiskas iemaņas grafikas dizaina izstrādē.	Patstāvīgais darbs - grafikas dizaina projekts.

**Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji**

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Gala vērtējums par "Mūzikas industriju" temata apguvi	15
Gala vērtējums par "Dizaina" temata apguvi	30
Gala vērtējums par "Mediju industrijas" temata apguvi	20
Gala vērtējums par "Kino producēšanas" temata apguvi	20
Gala vērtējums par "Kultūras tūrisma" temata apguvi	15
Kopā:	100

**Studiju kursa plānojums**

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	1.5	20.0	0.0	0.0	*		
2.	3.0	40.0	0.0	0.0	*		
3.	4.5	60.0	0.0	0.0		*	