



Tematska jedinica 2:

Preduzetnička praksa — Modeliranje KKI preduzeća

Tema 2.2.

**Prema vrednosti:
ekonomska, tržišna i
kulturna vrednost
proizvoda i usluga u
KKI.**

Autor(i):

**Marília Durão, Augusto
Neves, Sónia Nogueira,
Patrícia Remelgado, Sandra
Fernandes**

Institucija (e):

**Portugalski univerzitet,
Portugalija**



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Ovaj materijal je deo nastavnog plana i programa „Menadžment i preduzetništvo u kulturnim i kreativnim industrijama“. Sastavljen je u okviru Erasmus+ strateškog partnerstva „*FENICE - Jačanje preduzetništva i inovacija u kulturnim i kreativnim industrijama kroz interdisciplinarno obrazovanje*“.

Sadržaj nastavnog plana:

FENICE program

Tematska jedinica 1: Menadžment i preduzetništvo u KKI

Tema 1.1. Razumevanje KKI. Međusektorska saradnja.

Tema 1.2. Kreativnost i inovativnost. Odgovornost i etičko ponašanje

Tematska jedinica 2: Preduzetnička praksa - Modeliranje KKI preduzeća

Tema 2.1. Dizajniranje biznisa za KKI: priprema biznis plana i pitching

Tema 2.2. Prema vrednosti: ekonomska, tržišna i kulturna vrednost proizvoda i usluga u KKI.

Tema 2.3. Tržište, konkurencija, potrošnja i brendiranje u KKI

Više informacija možete pronaći na: <http://www.fenice-project.eu>

Deklaracija o autorskim pravima:



Delo je licencirano pod međunarodnom licencom *Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0*.

Imate pravo da:

- delite- kopirajte i redistribuirajte materijal u bilo kom mediju ili formatu
- prilagođavate - menjate, modifikujete i nadograđujete materijal

pod sledećim uslovima dozvoljena je:

- Atribucija — morate spomenuti, linkovati materijal za licencu i navesti da li su izvršene izmene. To možete učiniti na bilo koji razuman način, a da ne sugerišete da vas davalac licence podržava ili da podržava vaš način upotrebe ovog materijala.
- Upotreba u nekomercijalne svrhe — materijal se ne može koristiti u komercijalne svrhe.
- Deljenje sličnog materijala (ShareAlike) — ako menjate, modifikujete ili nadograđujete materijal, morate da prikazete svoj doprinos pod istom licencom kao i original.

Sweet
Pea

FOTOGRAFIA

Studija slučaja

Definisanje vrednosti emocija *Sweet Pea*, Ilustracija i fotografija (Sandra Maia)





Opis

Sandra Maia je tvorac i osnivač kompanije *Sweet Pea*, kompanije koja se bavi dizajnom i fotografijom, sa specifičnim fokusom na produkcije koje koriste porodicu kao središte rada.

Iako se prethodno bavila fizičkim vaspitanjem, Sandra je pronašla svoju strast u zanatima i fotografiji. Kao i većina preduzetnika, počela je sa manjim poslovima dok je još radila kao trener u teretani. Međutim, ubrzo je shvatila da će ovaj sporedni posao moći da se održi i postane njen glavni izvor prihoda. Da bi to i postigla, pohađala je časove raznih rukotvorina i fotografije, kako bi produbila svoje znanje u ovim oblastima koje su joj bile najdraže i u kojima je videla sebe.

Međutim, Sandra priznaje da ima priliku da ponovo počne da radi ovih dana, posvetila bi više vremena zapisivanju svih svojih ideja i perspektiva. To znači da nije dovoljno samo imati dobru ideju ili strast prema onome što radite ili želite da radite. Takođe morate da imate plan aktivnosti, koji obično ima oblik biznis plana.

U kulturnim i kreativnim industrijama, biznis plan treba da sagleda činjenicu da kulturni proizvodi imaju dve ključne karakteristike: imaju simboličku vrednost i ekonomsku vrednost. Nadalje, treba napomenuti da u slučaju kulturnih proizvoda fizičko tržište određuje ekonomsku vrednost; dok tržište ideja određuje njihovu kulturnu vrednost.

S druge strane, postoji preklapanje intelektualnih ili umetničkih tendencija na štetu kamate ili materijalnog povrata koji je rezultat date kreacije (Throsby, 1994). Zanatlija/umetnik nastoji da produži vreme u kome se posvećuje svom estetskom radu, uprkos činjenici da takav rad

ne može u dovoljnoj meri da obezbedi ispunjenje njegovih najbitnijih potreba. Stoga, zanatlija/umetnik izdvaja deo svog vremena za rad koji će mu pružiti verodostojnost dobijanja proizvoda u količinama adekvatnim za zadovoljenje ovih potreba; kada se ovaj cilj postigne, on onda može da se posveti svojim kreativnim aspiracijama, čak i ako su manje profitabilne od ne-umetničkih (Throsby 1994, 2001).

U Sandrinom slučaju, njen glavni fokus, kao što je ranije pomenuto, jesu porodice, i pridavanje posebne pažnje proizvodima i uslugama koji uključuju stvaranje predmeta i/ili foto sesija za bebe/decu sa roditeljima. U tom kontekstu, može se videti da se Sandrina entuzijatična povezanost sa radom koji stvara nije zasnovana na premisi materijalnog interesa, i ponekad negira ponašanje i procenu finansijskih stručnjaka, koji imaju tendenciju da okarakterišu svoje radnike kao nekoga koga zanima isključivo nadoknada za rad i naporeda bi se završio određeni zadatak. Na ovaj način Sandra nije samo motivisana materijalnom nagradom, već takođe i suštinskom inspiracijom - kao implikacije zadovoljenja potrebe ili sticanja intelektualnog priznanja (Flew, 2012).

Izvor/link



https://www.instagram.com/sweetpea_fotografia/

<https://www.instagram.com/sweetpea.design.ilustracao/>



<https://www.facebook.com/sweetpeafotografia/>

Flew, T. (2012). *The Creative Industries. Culture and Policy*. London/New Deli: Sage.

Thorsby, D. (1994). *The Production and Consumption of Arts: A View of Cultural Economics*. *Journal of Economics of Literature*, vol. 32, no 1, pp. 1-29.

Thorsby, D. (2001). *Economics of Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.

Zemlja

Portugalija