
Spis treści

WSTĘP	7
--------------------	----------

Rozdział 1

PARADYGMAT KREATYWNEGO MIASTA	11
1.1. Miasto – pojęcie i charakterystyka	13
1.2. Definicja miasta kreatywnego	18
1.3. Przegląd dwóch koncepcji miast kreatywnych	23
1.4. Rozwój miast kreatywnych w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem miasta Szczecin	28

Rozdział 2

SEKTORY KREATYWNE I ICH ZNACZENIE

W ROZWOJU KREATYWNEGO MIASTA	37
2.1. Sektory kreatywne – definicje i charakterystyka zagadnienia	39
2.2. Determinanty rozwoju sektorów kreatywnych w mieście	46
2.3. System wsparcia (instytucjonalnego) sektorów kreatywnych	51
2.4. Przemysły kreatywne a generowanie produktywności i wartości rynkowej	54
2.5. Kierunki rozwoju sektorów kreatywnych w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem miasta Szczecin	58

Rozdział 3

ZAWODY KREATYWNE W KONTEKŚCIE ZMIAN

NA RYNKU PRACY	67
3.1. Zawody kreatywne – definicje i charakterystyka	69
3.2. Aktualne trendy na rynku pracy a zawody kreatywne	76
3.3. Czynniki i bariery rozwoju zawodów kreatywnych w mieście	86
3.4. Zapotrzebowanie na zawody kreatywne w mieście Szczecin	93

Rozdział 4

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE JAKO MIEJSCE

DO PROMOCJI MIAST KREATYWNYCH I ROZWOJU

ORAZ SZANS PRACOWNIKÓW ZAWODÓW KREATYWNYCH.....99

- 4.1. Promocja miast w mediach społecznościowych
– zakres możliwości.....101
- 4.2. Działania promocyjne miast kreatywnych
w mediach społecznościowych – analiza wykorzystania
potencjału kreatywnego oraz aktywności i zastosowania
poszczególnych kanałów110
- 4.3. Działania promocyjne Szczecina w mediach społecznościowych
a specjalizacja miasta w dziedzinach zaliczanych
do sektora kreatywnego125
- 4.4. Sposoby wykorzystania mediów społecznościowych
jako przestrzeni dla zawodów kreatywnych129
- 4.5. Rekrutacja pracowników zawodów kreatywnych w mediach
społecznościowych137

Rozdział 5

KREATYWNOŚĆ W ŚWIETLE BADAŃ

– WYNIKI BADAŃ WŁASNYCH.....143

- 5.1. Metodyka145
- 5.2. Rezultaty i wnioski z badań150

PODSUMOWANIE.....179

BIBLIOGRAFIA.....183