

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

УТВЕРЖДЕНО:
Председатель УМС
Факультета государственной
культурной политики
Единак А.Ю.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ

Название и код направления подготовки
50.03.01 Искусства и гуманитарные науки
Профиль подготовки Арт-бизнес и управление в сфере культуры
Уровень квалификации бакалавр
Форма обучения очная, заочная

*(РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов)*

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: обеспечить всестороннее теоретическое понимание сущности креативных индустрий, их исторического развития, структурных особенностей и современных тенденций, а также изучить основные модели и концепции, лежащие в основе креативных процессов и управления ими. Курс направлен на развитие аналитического мышления, критического осмысления теоретических подходов и формирования системного взгляда на роль креативных индустрий в современной культуре и экономике. В рамках курса студенты познакомятся с теоретическими моделями развития и взаимодействия сегментов креативных индустрий, инновационными подходами к управлению проектами, а также этическими и правовыми аспектами, что позволит им глубже понять механизмы функционирования и развития креативных секторов.

Задачи курса:

- Изучение исторических аспектов формирования культурных индустрий. Понимание различий между культурными и креативными индустриями.
- Развитие насмотренности, творческих способностей и эстетического вкуса.
- Овладение современными технологиями производства творческого продукта.
- Понимание принципов управления проектами в креативных индустриях.
- Освоение основ маркетинга и продвижения продукции творческой сферы.
- Изучение международных тенденций развития культурных и творческих отраслей экономики.
- Практическое применение полученных знаний в реальных проектах и стартапах.
- Подготовка к самостоятельной работе в качестве фрилансера или сотрудника организаций культуры и творчества.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Креативные индустрии» относится к дисциплинам Блока 1 «Дисциплины (модули)» и входит в «Часть, формируемую участниками образовательных отношений» по направлению подготовки 50.03.01 - Искусства и гуманитарные науки, профиль подготовки Арт-бизнес и управление в сфере культуры.

Дисциплина изучается: на очной форме обучения изучается во 2 семестре, на заочной форме обучения в 7 семестре. Изучение дисциплины «Креативные индустрии» базируется на дисциплинах учебного плана ОПОП ВО 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, профиль подготовки Арт-бизнес и управление в сфере культуры.

Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, должны быть сформированы при освоении дисциплин «Арт-бизнес и управление в сфере культуры», «Основы государственной культурной политики», «Основы социально-культурного проектирования», «Введение в искусствоведение».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин «Конгрессно-выставочная деятельность»; «Экспертиза культурных ценностей», «Управление персоналом организаций культуры», для прохождения учебной, производственной и преддипломной практик, прохождения государственной итоговой аттестации. Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ООП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций ПК-1, ПК-3 в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, профиль подготовки Арт-бизнес и управление в сфере культуры.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
ПК-1 Готов к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства	<p>ПК 1.1. Демонстрирует знания терминологии, направлений, школ, современных тенденций менеджмента и позиции российской управленческой мысли российской управленческой мысли</p> <p>ПК-1.2. Использует знания технологий менеджмента, умения по применению таковых на практике и владеет данными технологиями в сфере культуры и искусства</p> <p>ПК-1.3. Знает маркетинг и особенности ценообразования в сфере культуры и искусства</p> <p>ПК-1.4. Владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организаций (предприятий) культуры и искусства</p> <p>ПК-1.5. Проводит стратегический анализ макро- и микросреды организации (предприятия), владеет навыками оценки ее</p>	<p>Знать: базовые положения технологий менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства.</p> <p>Уметь: ориентироваться в базовых положениях технологий менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства; распознавать и свободно применять технологии менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства.</p> <p>Владеть: применением на практике новых знаний и умений, приобретенных с помощью технологий менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства</p>

	конкурентоспособности и формирования компетенций	
ПК- 3 Способен осуществлять предпринимательскую деятельность в сфере культуры и искусства	ПК 3.1. - Разработка и реализация бизнес-планов создания нового бизнеса в сфере искусства и культуры; ПК 3.2. - Организация и ведение предпринимательской деятельности в сфере искусства и культуры.	<p>Знать: основы хозяйственного, договорного и авторского права, основы организации предпринимательской деятельности и бизнес планирования, основы стратегического и финансового менеджмента, технологии принятия предпринимательских решений; механизмы функционирования предприятия в сфере искусства и культуры; сущность предпринимательского риска и основные способы его снижения;</p> <p>Уметь: выявлять рыночные возможности; разрабатывать бизнес-планы создания новых организаций (направлений деятельности, продуктов) в сфере культуры и искусства; планировать потребности в материальных ресурсах и персонале, координировать предпринимательскую деятельность с партнерами и другими участниками рынка; обеспечивать юридически корректное оформление сделок, включая авторские права и защиту интеллектуальной собственности; готовить организационные и распорядительные документы, необходимые для создания/прекращения предпринимательских структур.</p> <p>Владеть навыками принятия предпринимательских решений, поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, навыками управления финансами организации культуры и искусства, планирования бюджета и оценки рисков</p>

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (модуля)

4.1 Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

- Для очной формы обучения: 2 ЗЕ – 72 акад. часа, из них контактных – 36 ч., СР – 38 ч., форма контроля – зачет в 2 семестре.

- Для заочной формы обучения: 2 ЗЕ – 72 акад. часа, из них контактных – 6 ч., СР – 62 ч., форма контроля – зачет в 7 семестре.

4.2. Структура дисциплины для очной формы обучения.

№ п/ п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) с указанием занятий, проводимых индивидуально					Формы текущего контроля успеваемости (<i>по неделям семестра</i>). Форма промежуточной аттестации (<i>по семестрам</i>)
			Лекции	Сем.	Конт	И К Р	СР С	
1	Культурные и креативные индустрии. Основные понятия и подходы к определению. Феномен креативной индустрии.	2	6					Опрос
2	Креативная экономика.	2	6					Дискуссия
3	Зарубежный опыт развития креативных индустрий.	2	6	2			12	Презентация
4	Государственная культурная политика РФ в сфере креативных индустрий.	2	6	2			12	Дискуссия
5	Основные отрасли креативной экономики.	2	6	2			12	Опрос
6	Проектная деятельность в сфере креативных индустрий.	2		2			2	Защита проектной заявки
Итого часов			28	8			38	
<i>Промежуточная аттестация</i>			<i>Форма проведения Зачет</i>					<i>Оценка на основе выполнения сроков и качества работы</i>

Форма обучения *заочная*

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) с указанием занятий, проводимых индивидуально					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра). Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лекции	Пр	Ко нт	И К Р	СРС	
1	Культурные и креативные индустрии. Основные понятия и подходы к определению. Феномен креативной индустрии.	7	1				10	Опрос
2	Креативная экономика.	7	1				10	Дискуссия
3	Зарубежный опыт развития креативных индустрий.	7	1				10	Презентация
4	Государственная культурная политика РФ в сфере креативных индустрий.	7	1				10	Дискуссия
5	Основные отрасли креативной экономики.	7	1				10	Опрос
6	Проектная деятельность в сфере креативных индустрий.	7	1	2			12	Защита проектной заявки
Итого часов			6	2			62	
<i>Промежуточная аттестация</i>			<i>Форма проведения Зачет</i>					<i>Оценка на основе выполнения сроков и качества работы</i>

4.3. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Культурные и креативные индустрии. Основные понятия и подходы к определению. Феномен креативной индустрии

Определение культурных индустрий – сферы деятельности, связанные с созданием, производством и распространением культурных продуктов.

Понятие креативных индустрий – отрасли, основанные на интеллектуальной собственности, творчестве и инновациях.

Различие между культурными и креативными индустриями – культурные фокусируются на сохранении наследия, креативные – на коммерциализации творчества.

Культурная ценность vs. экономическая эффективность – баланс между искусством и коммерцией. Устойчивое развитие в креативных индустриях – экодизайн, этичная мода, «зеленый» кинематограф. Креативные профессии будущего – новые специальности в

цифровую эпоху. Кросс-культурные коллаборации – взаимодействие между разными креативными секторами.

Ведущие ученые: Теодор Адорно, Макс Хоркхаймер – ввели понятие «культурная индустрия» в работе «Диалектика Просвещения» (1947).

Вальтер Беньямин – исследовал влияние механического воспроизводства на искусство

Пьер Бурдьё – теория культурного капитала и поля культурного производства.

Ричард Флорида – концепция «креативного класса» и «креативных городов».

Дэвид Тросби – экономика культуры, связь между культурой и экономическим развитием.

Раздел 2. Креативная экономика

Определение креативной экономики. Концепция, связывающая творчество, интеллектуальную собственность и экономический рост.

Джон Хокинс («Креативная экономика: как люди зарабатывают на идеях», 2001). Креативный класс как драйвер экономики. Теория о роли творческих профессионалов в развитии городов и стран. Интеллектуальная собственность в креативной экономике. Патенты, авторские права, товарные знаки как основа монетизации идей.

Креативные города и урбанистика. Роль креативных кластеров в развитии городской среды. Чарльз Лэндри («Креативный город», 2000).

Цифровизация креативной экономики. Влияние интернета, блокчейна и NFT на творческие индустрии.

Креативные индустрии как сектор экономики. Вклад кино, музыки, дизайна, игр в ВВП. Дэвид Тросби («Экономика и культура», 2001).

Креативное предпринимательство. Бизнес-модели для стартапов в творческих сферах.

Прекарность труда в креативных профессиях. Нестабильность занятости, фриланс.

Искусственный интеллект и будущее креативных профессий. ChatGPT, Midjourney, автоматизация дизайна. Культурный экспорт и soft power. К-поп, Болливуд, аниме как инструменты влияния.

Будущее креативной экономики. Метавселенные, Web 3.0, новые формы искусства.

Раздел 3. Зарубежный опыт развития креативных индустрий

Великобритания – пионер государственной поддержки. Первый в мире официальный термин "креативные индустрии" (1997). Департамент культуры, медиа и спорта (DCMS) – классификация 13 секторов (кино, музыка, дизайн, игры и др.).

США – рыночная модель + технологический уклон.

Голливуд, Силиконовая Долина, Бродвей – частные инвестиции + венчурный капитал. Жесткая защита интеллектуальной собственности.

Южная Корея – государственно-частное партнерство.

К-поп, дорамы, киберспорт – экспорт культуры через Korean Wave.

КОССА (Корейское агентство креативного контента) – финансирование стартапов.

Германия – креативные кластеры + устойчивое развитие.

Культурные квоты (поддержка локального кино и музыки).

Экодизайн и «зеленая» мода».

Китай – цифровизация + жесткий контроль.

Скандинавия – социальная ориентированность.

Япония – аниме, манга, технологии. Cool Japan – стратегия продвижения культуры за рубежом. Осака и Токио как центры креативных индустрий.

Франция – культурное наследие + инновации. Париж – мода, дизайн, гастрономия. Luxury-бренды как часть креативной экономики.

Бразилия – фестивали + уличная культура. Карнавал в Рио – экономика событий. Фавелы как центры уличного искусства.

Выводы: 3 ключевые модели

Государственная поддержка (Великобритания, Южная Корея).

Рыночная модель (США, Япония).

Гибридная модель (Германия, Скандинавия).

Раздел 4. Государственная культурная политика РФ в сфере креативных индустрий

Нормативно-правовая база: Федеральный закон от 8 августа 2024 года №330-ФЗ называется «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации». Документ определяет основы правового регулирования организации и развития креативных индустрий как базового сектора креативной экономики, устанавливает условия деятельности и государственной поддержки в этой сфере.

Концепция развития креативных индустрий (2021) – утверждена Правительством РФ, включает 13 секторов (кино, музыка, дизайн, IT, игры и др.). Российский фонд развития креативных индустрий (РФРКИ) – финансирование стартапов.

Финансовая поддержка. Гранты и субсидии, налоговые льготы для IT-компаний.

Образование и кадры. «Креативные индустрии» в вузах (МГИК, ВШЭ, СПбГУ, ИТМО). Арт-резиденции («Зарядье», «Бутылка» и мн.др.). Онлайн-курсы («Яндекс.Практикум», Skillbox по гейм-дизайну, digital-арту).

Раздел 5. Основные отрасли креативной экономики

Креативная экономика охватывает сектора, основанные на интеллектуальной собственности, творчестве и инновациях. В России и мире выделяют 13 ключевых отраслей (по классификации DCMS Великобритании, адаптированной под российские реалии).

Аудиовизуальные искусства (кино, ТВ, анимация)

Музыкальная индустрия

Видеоигры и киберспорт

Дизайн (графический, промышленный, мода)

Архитектура и урбанистика

Издательское дело и литература

Реклама и маркетинг

IT и цифровые технологии

Исполнительские искусства (театр, танец, цирк)

Изобразительное искусство и галерейный бизнес

Кулинария и гастрономия

Образование в креативных индустриях

Туризм и ивент.

Раздел 6. Проектная деятельность в сфере креативных индустрий

Проектная деятельность -основа развития креативных индустрий. Она включает создание, управление и продвижение творческих инициатив, от стартапов до крупных культурных проектов.

Виды проектов в креативных индустриях:
по масштабу

- Стартапы (инди-игры, дизайн-студии, музыкальные лейблы).
- Корпоративные проекты (креативные кампании брендов, AR-реклама).
- Государственные инициативы (фестивали, арт-кластеры).

По формату

- Продуктовые (создание игры, альбома, коллекции одежды).
- Событийные (фестивали, выставки, перформансы).
- Образовательные (воркшопы, онлайн-курсы, акселераторы).

По направлениям.

Этапы реализации проекта: идея и исследование; планирование; производство; продвижение; монетизация.

Технология дизайн-мышления.

Особенности управления креативными проектами. Сочетание творческой свободы и проектного менеджмента. Учет рисков.

Введение в дизайн мышление. Определение дизайн мышления и его основные принципы. Исторический обзор и примеры успешного применения дизайн мышления. Ведущие теоретики концепции дизайн-мышления: Дэвид Келли, Тим Браун, Хассо Платтнер, Джейн Фултон Сургалл, Джон Колко и др.)

Главные принципы дизайн-мышления: **эмпатия**: исследование пользователей с целью узнать их желания и потребности; **сотрудничество**: тесная коммуникация и взаимодействие между членами команды; **эксперименты**: изучение гипотез и решений, создание прототипов и их тестирование на предполагаемой целевой аудитории.

Этапы дизайн-мышления:

- Понимание проблемы или вызова;
- Определение потребностей пользователя (эмпатия);
- Генерация идей (мозговой штурм);
- Прототипирование;
- Тестирование и итерация;
- Реализация;
- Оценка и анализ.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1	Культурные и креативные индустрии. Основные понятия и подходы к определению. Феномен креативной индустрии.	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		ИКР	Технология проблемного обучения, технология коллективно-творческих дел
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
2	Креативная экономика.	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
3	Зарубежный опыт развития креативных индустрий	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Семинар	Технология проблемного обучения, технология коллективно-творческих дел
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология

4.	Государственная культурная политика РФ в сфере креативных индустрий.	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
5	Основные отрасли креативной экономики.	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Семинар	Технология проблемного обучения, технология коллективно-творческих дел
6	Проектная деятельность в сфере креативных индустрий.	Семинар	Технология проблемного обучения, технология коллективно-творческих дел
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Система оценивания

Форма контроля	Компетенция	Оценка
Текущий контроль: - опрос - участие в дискуссии на семинаре - проверка самостоятельной работы студента (осуществляется	ПК-1 ПК-3	зачтено/не зачтено зачтено/не зачтено отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно

преподавателем на каждом аудиторном занятии и заключается в проверке выполнения домашних заданий, диагностике уровня сформированности умений и навыков, выявлении проблемных аспектов, требующих дополнительной проработки.) проверка самостоятельной работы студента		
--	--	--

6.2. Критерии оценки результатов по дисциплине¹

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
«отлично»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если компетенция(ии), закреплённая за дисциплиной, сформирована (по индикаторам/результатам обучения в формате знать-уметь-владеть) в полном объеме на уровне «высокий», и обучающийся демонстрирует как результат обучения следующие знания, умения и навыки: обучающийся глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, продемонстрировал это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет сочетать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>
«хорошо»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «хороший».</p>

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
«удовлетворительно»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «достаточный».</p>
«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

6.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ

Тест

проверка сформированных компетенций ПК-1

1. Что отличает менеджмент в креативных индустриях от традиционного?

- А) Жесткая иерархия и фиксированные процессы
- В) Акцент на творческую свободу при гибком планировании
- С) Полное отсутствие бюджетного контроля
- Д) Использование только ручного труда

2. Какой метод управления чаще применяется в кино- и игровых проектах?

- A) Waterfall
- B) Lean Manufacturing
- C) Agile/Scrum**
- D) Six Sigma

3. Что такое «креативный кластер»?

- A) Госучреждение для контроля цензуры
- B) Территория, объединяющая творческие бизнесы и стартапы**
- C) Виртуальная платформа для хранения файлов
- D) Метод расчета ROI

4. Какой этап НЕ входит в цикл управления креативным проектом?

- A) Генерация идеи
- B) Жесткое техническое задание без изменений**
- C) Тестирование MVP
- D) Продвижение через сторителлинг

5. Какой инструмент используют для визуализации этапов проекта?

- A) SWOT-анализ
- B) Канбан-доска (Trello/Miro)**
- C) Бюджетный калькулятор
- D) HR-платформы

6. Что из перечисленного НЕ является soft skill креативного менеджера?

- A) Эмпатия
- B) Умение работать с возражениями
- C) Навык программирования**
- D) Креативное мышление

7. Какой показатель (KPI) важнее для арт-проекта?

- A) Количество упоминаний в СМИ**
- B) Окупаемость в первый месяц
- C) Количество часов переработки
- D) Число страниц в отчете

8. Что такое «Stage-Gate» в управлении проектами?

- A) Поэтапная модель с контрольными точками**
- B) Метод расчета зарплат
- C) Вид криптовалюты
- D) Техника мозгового штурма

9. Какой принцип Agile НЕ подходит для креативных индустрий?

- A) Итеративность
- B) Жесткое следование изначальному плану**
- C) Гибкость к изменениям
- D) Работа в кросс-функциональных командах

10. Какой документ НЕ нужен для питчинга креативного проекта?

- A) Презентация
- B) Бизнес-план
- C) Трудовая книжка
- D) Moodboard

11. Что помогает преодолеть «креативный блок» у команды?

- A) Увеличение дедлайнов
- B) Метод мозгового штурма
- C) Запрет на обсуждения
- D) Авторитарное управление

12. Что такое «moodboard»?

- A) Доска с визуальными референциями для проекта
- B) Финансовый отчет
- C) Штрафная система за опоздания
- D) Техническое задание для разработчиков

13. Какой сектор креативных индустрий использует «геймификацию» в менеджменте?

- A) IT-стартапы
- B) Похоронные услуги
- C) Металлургия
- D) Добыча угля

14. Кто разработал концепцию креативного класса?

- A) Ричард Флорида
- B) Джон Хокинс
- C) Дэвид Тросби
- D) Чарльз Лэндри

15. Кто ввел понятие «культурные индустрии»?

- A) Чарльз Лэндри
- B) Джон Хокинс
- C) Теодор Адорно и Макс Хокхаймер
- D) Джозеф Турой

Ключи к тестовому заданию

№ вопроса	Правильный ответ
1	В
2	С
3	В
4	В
5	В
6	С

7	A
8	A
9	B
10	C
11	B
12	A
13	A
14	A
15	C

Критерии оценивания:

Ответ верен – 1 балл

Ответ неверен – 0 баллов.

Тест проверка сформированных компетенций ПК-3

1. Что такое арт-предпринимательство?

- A) Создание произведений искусства без цели заработка
- B) Коммерческая деятельность, связанная с производством и продажей культурных продуктов**
- C) Благотворительные акции в музеях
- D) Государственное финансирование театров

2. Какой бизнес-модели чаще всего придерживаются галереи современного искусства?

- A) Продажа билетов на вход
- B) Процент от продаж произведений художников**
- C) Подписка на онлайн-контент
- D) Реклама в соцсетях

3. Какой источник финансирования НЕ подходит для стартапа в сфере культуры?

- A) Краудфандинг
- B) Банковский кредит под залог недвижимости**
- C) Гранты от фондов
- D) Спонсорская поддержка

4. Что такое «патернализм» в культурном предпринимательстве?

- A) Полная зависимость от государственного финансирования**
- B) Самостоятельный поиск инвесторов
- C) Продажа искусства через интернет
- D) Создание франшизы

5. Какой цифровой инструмент чаще используют для продвижения арт-проектов?

- A) Социальные сети**
- B) Банковские приложения
- C) Excel-таблицы
- D) Почтовые рассылки

6. Что из перечисленного НЕ является примером монетизации в искусстве?

- A) Проведение платных мастер-классов
- B) Продажа NFT-токенов
- C) Бесплатная раздача картин на улице
- D) Лицензирование изображений для брендов

7. Какой правовой аспект наиболее важен для арт-предпринимателя?

- A) Авторское право
- B) Налог на недвижимость
- C) Трудовой кодекс
- D) Таможенные пошлины

8. Что такое «фандрейзинг» в сфере культуры?

- A) Поиск финансирования через спонсоров и гранты
- B) Продажа билетов на концерты
- C) Производство сувениров
- D) Аренда помещений

9. Какой показатель (KPI) важен для арт-стартапа?

- A) Количество подписчиков в соцсетях
- B) Количество сотрудников в штате
- C) Размер офиса
- D) Количество часов работы

10. Что из перечисленного относится к гибридным моделям в культурном предпринимательстве?

- A) Сочетание коммерческих и некоммерческих проектов
- B) Работа только на грантах
- C) Отказ от цифровых технологий
- D) Продажа исключительно через аукционы

Ключи к тестовому заданию

№ вопроса	Правильный ответ
1	B
2	B
3	B
4	A
5	A
6	C
7	A
8	A
9	A
10	A

Критерии оценивания:

Ответ верен – 1 балл

Ответ неверен – 0 баллов.

Критерии оценки (в баллах) в целом по тестированию предмета:

- в случае если из общего числа вопросов менее 50 % правильных ответов, при данном уровне результатов тестирование признается неудовлетворительным/ незачтено;
- в случае если из общего числа вопросов дано 50-74% правильных ответов тестирование признается удовлетворительным/ зачтено;
- в случае если из общего числа вопросов дано 75-95% правильных ответов результат тестирования признается хорошим/ зачтено;
- в случае если из общего числа вопросов правильные ответы даны на 96-100% вопросов, результат тестирования признается отличным/ зачтено.

Вопросы к зачету:

1. Характеристика культурных и креативных индустрий (общее и различное).
2. Понятие креативных индустрий.
3. Креативные профессии будущего – новые специальности в цифровую эпоху.
4. Кросс-культурные коллаборации – взаимодействие между разными креативными секторами.
5. Ричард Флорида – концепция «креативного класса».
6. Экономика культуры, связь между культурой и экономическим развитием.
7. Интеллектуальная собственность в креативной экономике.
8. Креативные города и урбанистика.
9. Цифровизация креативной экономики.
10. Креативное предпринимательство. Бизнес-модели для стартапов в творческих сферах.
11. Прекарность труда в креативных профессиях. Искусственный интеллект и будущее креативных профессий
12. Опыт развития креативных индустрий в Великобритании.
13. Опыт развития креативных индустрий в Японии.
14. Опыт развития креативных индустрий в США.
15. Опыт развития креативных индустрий в Южной Корее.
16. Государственная поддержка креативных индустрий в РФ.
17. Характеристика нормативно-правовой базы в РФ по поддержке сферы креативных индустрий.
18. Подготовка кадров для сферы креативных индустрий.
19. Основные отрасли креативной экономики.
20. Проектная деятельность - основа развития креативных индустрий
21. Виды проектов в креативных индустриях
22. Определение дизайн мышления и его основные принципы.
23. Ведущие теоретики концепции дизайн-мышления: Дэвид Келли, Тим Браун, Хассо Платтнер, Джейн Фултон Сургалл, Джон Колко и др.)
24. Характеристика этапов дизайн-мышления.
25. Проектный менеджмент в сфере креативных индустрий.
26. Продвижение креативных проектов.
27. Понятие интеллектуальной собственности в сфере креативных индустрий.
28. Урбанистика и проектирование креативных общественных пространств.
29. Командный менеджмент в сфере креативных индустрий.
30. Тенденции развития сферы креативных индустрий в РФ.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Список литературы и источников

Основная литература

1. Бэнкс, М. Управление креативными проектами / М. Бэнкс; пер. с англ. Л. Волковой. - М.: Бомбора, 2019. -288 с.
2. Бэнкс, М. Креативный труд: нестабильность и неравенство в культурных профессиях / М. Бэнкс; пер. с англ. К. Иванова. - М.: Новое литературное обозрение, 2020. - 224 с.
3. Васильева, Е. В. Креативные индустрии: опытное проектирование : учебник / Е. В. Васильева, М. Л. Гунаре. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2021. – 191 с.
4. Гнедовский, М. Б. Культурные индустрии в современной России / М. Б. Гнедовский. - СПб.: Европейский университет, 2018. - 176 с.
5. Котлер, Ф. Маркетинг в креативных индустриях / Ф. Котлер, Д. Шефф. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. - 352 с.
6. Креативные индустрии: учеб. Пособие / Е.В. Зеленцова, Е.Х. Мельвиль, М. В. Румянцев и др. – Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2011. – 252 с.
7. Кузнецова, Т. Е. Креативные индустрии в России: экономика и управление / Т. Е. Кузнецова. - М.: ИНФРА-М, 2022. -198 с.
8. Лэндри, Ч. Креативный город / Ч. Лэндри; пер. с англ. И. Кушнаревой. - М.: Классика-XXI, 2005. - 399 с.
9. Тросби, Д. Экономика и культура / Д. Тросби; пер. с англ. А. Степанова. — М.: Изд. дом ВШЭ, 2013. — 256 с.
10. Флорида, Р. Креативный класс. Люди, которые создают будущее / Ричард Флорида. – Москва : Манн, Иванов и Фербер. – 2016 – 420 с.
11. Хезмондалш, Д. Культурные индустрии / Дэвид Хезмондалш ; перевод с английского И. Кушнаревой. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. – 453, [1] с.
12. Хокинс, Дж. Креативная экономика: Как люди зарабатывают на идеях / Дж. Хокинс; пер. с англ. В. Ноздриной. — М.: Альпина Паблишер, 2011. - 304 с.
13. Ярошенко Н.Н. История и методология теории социально-культурной деятельности: учебник; Изд. 2-е, испр. и доп.- М.: МГУКИ, 2013 – 446 с.

Дополнительная литература

1. О’Коннор, Д. Культурные индустрии: критический взгляд / Д. О’Коннор; пер. с англ. М. Петровой. — СПб.: Алетейя, 2019. — 180 с.
2. Райс, Э. Бизнес с нуля: метод Lean Startup / Э. Райс; пер. с англ. А. Андреева. — М.: Альпина Паблишер, 2021. — 240 с.
3. Салихов, Б. В. Креативный капитал в экономике знаний : монография / Б. В. Салихов. – 2-е издание. – Москва : Дашков и К, 2018. – 273 с.

4. Смородинская, Н. В. Креативное предпринимательство: теория и практика / Н. В. Смородинская. — М.: Изд-во РАНХиГС, 2020. — 210 с.
5. Ульяновский, А. В. Креативные индустрии: смена поколений и актуальных героев : учебное пособие / А. В. Ульяновский. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 350с.
6. Хестанов, Р. Креативные индустрии - модели развития / Руслан Хестанов. —Текст : электронный // Социологическое обозрение. — 2018. — № 3. — С. 173-192

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

- Библиографические записи электронных ресурсов составляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.0.100-2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующая информационная справочная система: электронно-библиотечная система *elibrary*.

Доступ в ЭБС:

Электронно-библиотечная система «Лань»: <https://e.lanbook.com/>

Электронная библиотека «Юрайт» <https://biblio-online.ru/>

Научная электронная библиотека: https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)²

Самостоятельная работа – одна из основных форм обучения, играющая важнейшую роль в процессе воспитания обучающегося. Её актуальность связана с задачей интенсификации обучения, усиления его развивающего эффекта. Организация самостоятельной работы студента по приобретению необходимых навыков и умений является важнейшей и приоритетной задачей педагога.

Цели самостоятельной работы:

- закрепление и совершенствование полученных на уроке знаний, умений и навыков;
- приобретение дополнительных профессиональных знаний и новой информации.

Умение продуктивно заниматься – важнейшая сторона деятельности студента, определяющая успешность его работы. Целенаправленность индивидуальных занятий с педагогом взаимосвязана со степенью сознательности, осмысленности домашней работы студента.

Культивирование интеллектуальной активности является обязательным условием воспитания самостоятельного подхода ученика к разрешению конкретных исполнительских задач. Следует объяснять ученику нерациональность бессистемной, небрежно спланированной самостоятельной работы. При этом может возникнуть опасность технологических ошибок, формирования неправильных привычек и вредных навыков.

Специфика функционального значения самостоятельной работы заключается в возможности сущностной оценки студента со стороны педагога. Выполнение на том или ином уровне заданий для самостоятельной работы даёт педагогу возможность:

- судить о степени освоения студентом учебного материала;
- следить за ростом его исполнительского мастерства;
- оценивать уровень заинтересованности студента, его психологическую мотивацию;
- понять природу дарования студента;
- точнее использовать его индивидуальность в дальнейшем обучающем процессе.

² Методические материалы по дисциплине могут входить в состав рабочей программы, либо разрабатываться отдельным документом.

Обязательным условием организации самостоятельных занятий: следует считать планомерность, системность, целенаправленность, регулярность и осмысленность.

Существенным фактором является дисциплина в самостоятельной работе.

Пределы и нормы нагрузок определяются индивидуально. Принцип постепенного усложнения и увеличения объёма домашних заданий при регулярных занятиях вполне оправдан, и увеличение объёма способствует продуктивности профессионального становления.

Темы докладов:

Раздел 1. Культурные и креативные индустрии. Основные понятия и подходы к определению. Феномен креативной индустрии

31. Характеристика культурных и креативных индустрий (общее и различное).
32. Ричард Флорида – концепция «креативного класса».

Темы семинаров

Раздел 3. Зарубежный опыт развития креативных индустрий

«Зарубежный опыт развития креативных индустрий: модели, стратегии и лучшие практики»

Цель семинара:

1. Анализ успешных кейсов и государственных стратегий развития креативных индустрий в разных странах для выявления применимых решений в российской практике.
2. Страновые кейсы
 - Европа: Великобритания, Германия, Франция.
 - Азия: Южная Корея, Япония, Китай.
 - США и другие регионы: Австралия, Бразилия.
3. Инструменты поддержки
 - Финансирование (гранты, налоговые льготы).
 - Инфраструктура (креативные кластеры, арт-резиденции).
 - Образование и международное сотрудничество.
4. Дискуссия
 - Какие стратегии применимы в России?
 - Риски и барьеры внедрения зарубежного опыта.

Список литературы

14. Тросби, Д. Экономика и культура / Д. Тросби; пер. с англ. А. Степанова. — М.: Изд. дом ВШЭ, 2013. — 256 с.
15. Флорида, Р. Креативный класс. Люди, которые создают будущее / Ричард Флорида. — Москва : Манн, Иванов и Фербер. — 2016 – 420 с.
16. Креативные индустрии: учеб. Пособие / Е.В. Зеленцова, Е.Х. Мельвиль, М. В.

- Видео: Документальный фильм «The Creative Brain» - о нейронауке и творчестве.
- Кейсы: Успех японской аниме-индустрии (Studio Ghibli) и немецких креативных хабов (Berghain, Bauhaus).

Формат работы на семинаре:

- Презентации участников по страновым кейсам.
- Деловая игра: «Разработка стратегии для региона».

Раздел 4. Государственная культурная политика РФ в сфере креативных индустрий

«Государственная поддержка креативных индустрий в России: институты, меры и перспективы»

Цель семинара:

Анализ роли государства в развитии креативных индустрий в РФ, включая правовые, финансовые и инфраструктурные механизмы поддержки.

План семинара

Роль государства в регулировании и поддержке сектора.
Фонды и агентства (РФРКИ, Фонд «Креативные практики»)
Креативные кластеры («Креатон», региональные хабы).
Гранты (Президентский фонд культурных инициатив).
Законодательные инициативы.
Авторское право и интеллектуальная собственность.

Дискуссия

Эффективность существующих мер.
Проблемы и перспективы развития.

Список литературы:

1. Концепция развития креативных индустрий в Российской Федерации[Текст] / Правительство РФ. -М., 2021. - 56 с.
2. Кузнецова, Т. Е Креативные индустрии в России: экономика и управление [Текст] / Т. Е. Кузнецова. - М.: ИНФРА-М, 2022. - 198 с. (Анализ государственных программ и их влияния на развитие сектора.)

Формат работы:

- Анализ документов в малых группах.
- Презентация предложений по улучшению мер поддержки.

Критерии оценки:

- Знание государственных программ.
- Предложения по решению выявленных проблем.

Раздел 5. Основные отрасли креативной экономики

«Основные отрасли креативной экономики: структура, тенденции и перспективы»

Цель семинара:

Изучение ключевых секторов креативной экономики, их вклада в ВВП и особенностей развития в России и мире.

План семинара

Определение креативной экономики и её отличие от традиционных секторов.

Критерии отнесения отраслей к креативным (по классификации DCMS, ЮНЕСКО).

Анализ ключевых отраслей

- Аудиовизуальный сектор: кино, анимация, ТВ.
- Музыкальная индустрия: лейблы, стриминг, live-ивенты.
- Геймдев и IT: разработка игр, VR/AR, софт.
- Дизайн и мода: цифровые технологии в дизайне.
- Архитектура и урбанистика: креативные кластеры.

Тренды и вызовы

- Цифровизация (NFT, метавселенные).
- Государственная поддержка vs. рыночные механизмы.

Дискуссия

Какие отрасли наиболее перспективны для инвестиций?

Как меняется структура креативной экономики под влиянием технологий?

Список литературы

Кузнецова, Т. Е. Креативные индустрии в России: экономика и управление [Текст] / Т. Е. Кузнецова. — М.: ИНФРА-М, 2022. - 198 с.

Анализ российских отраслей креативной экономики и их специфики.)

Дополнительные материалы

- Кейсы: Успех BTS

Формат работы:

- Мини-презентации по секторам (разбор на примерах).
- Деловая игра: «Запуск стартапа в выбранной отрасли».

Критерии оценки:

- Понимание структуры креативной экономики.
- Умение анализировать успешные кейсы.

Подготовка презентации стартапа в сфере креативных индустрий Требования к презентации

Компьютерная презентация – это электронный мультимедийный документ, который создают и используют для подачи информации широкой аудитории в наглядном и лаконичном виде.

Презентация оформляется по определенной структуре:

- титульный лист с входными данными;

- текст хорошо написан и сформированные идеи ясно изложены и структурированы в презентации;
- слайды представлены в логической последовательности;
- список источников информации.

1. Четкая структура

Обязательные блоки: проблема, решение, продукт, рынок, бизнес-модель, команда, финансы.

Логика: от проблемы → к решению → коммерциализации.

2. Визуальный стиль

Фирменный дизайн: логотип, цветовая схема, шрифты (не более 2-х).

Минимум текста: ключевые тезисы + инфографика/изображения.

3. Убедительный титульный слайд

Название проекта.

Слоган

4. Описание проблемы

Конкретика: цифры, исследования (например: «70% независимых музыкантов не могут монетизировать контент»).

Визуализация: график, фото или короткое видео.

5. Представление продукта

Что это? (1–2 предложения).

Уникальность: чем отличается от аналогов.

-Демо: скриншоты, прототип, видео (до 30 сек).

6. Анализ рынка

Целевая аудитория (возраст, география, привычки).

Объем рынка.

Конкуренты: таблица сравнения

7. Бизнес-модель

Как зарабатываем: подписка, продажи, реклама, лицензии.

Финансовые прогнозы: выручка за 1–3 года (график).

8. Команда

Акцент на экспертизности.

Советники или партнеры (если есть).

9. Инвестиционные запрос

Сумма, сроки окупаемости.

На что пойдут деньги (разработка, маркетинг, зарплаты).

10. Ожидаемые результаты от реализации стартапа.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.

При изучении дисциплины «Креативные индустрии» обучающимися используются следующие информационные технологии:

-аудиовизуальное представление обучающимся с помощью компьютера содержания отдельных тем дисциплины на лекционных занятиях;

-предоставление обучающимся доступа к учебному плану, рабочей программе дисциплины в электронной форме, к электронно-библиотечной системе института, содержащей учебно-методические материалы по дисциплине в электронной форме, к информационным справочным системам, которые используются при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, посредством электронной информационно-образовательной среды института из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

-фиксация хода образовательного процесса по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института;

-формирование электронного портфолио обучающегося по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института.

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

Word, Excel, Power Point;

Adobe Photoshop;

Adobe Premiere;

Power DVD;

Media Player Classic.

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия по дисциплине «Основы научной деятельности (практикум)» проводятся в следующих оборудованных учебных кабинетах, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением:

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования и программного обеспечения
Лекции	Аудитории, оборудованные для лекционных занятий, видеопроектор, экран для демонстрации видеофрагментов
Семинары	Аудитории, оборудованные для лекционных занятий
Самостоятельная работа студентов	Читальный зал, оборудованный компьютерами и доступом к интернету
Промежуточная аттестация	Аудитории, оборудованные для лекционных занятий, видеопроектор, экран для демонстрации презентаций

11. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (при наличии)

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:

- устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
- дисплеем Брайля PAC Mate 20;
- принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих:

- автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
- акустический усилитель и колонки;
 - для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
- передвижными, регулируемыми эргономическими партами СИ-1;
- компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

Разработано в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Составитель:

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры педагогической теории и практики социально-культурной деятельности.

Ванина О.В.

Программа одобрена на заседании кафедры педагогической теории и практики социально-культурной деятельности 27.02.25, протокол № 8.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Креативные индустрии

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки 50.03.01 ИСКУССТВО И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Профиль подготовки: АРТ-БИЗНЕС И УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

Цель: обеспечить всестороннее теоретическое понимание сущности креативных индустрий, их исторического развития, структурных особенностей и современных тенденций, а также изучить основные модели и концепции, лежащие в основе креативных процессов и управления ими. Курс направлен на развитие аналитического мышления, критического осмысления теоретических подходов и формирования системного взгляда на роль креативных индустрий в современной культуре и экономике. В рамках курса студенты познакомятся с теоретическими моделями развития и взаимодействия сегментов креативных индустрий, инновационными подходами к управлению проектами, а также этическими и правовыми аспектами, что позволит им глубже понять механизмы функционирования и развития креативных секторов.

Задачи курса:

- Изучение исторических аспектов формирования культурных индустрий. Понимание различий между культурными и креативными индустриями.
- Развитие насмотренности, творческих способностей и эстетического вкуса.
- Овладение современными технологиями производства творческого продукта.
- Понимание принципов управления проектами в креативных индустриях.
- Освоение основ маркетинга и продвижения продукции творческой сферы.
- Изучение международных тенденций развития культурных и творческих отраслей экономики.
- Практическое применение полученных знаний в реальных проектах и стартапах.
- Подготовка к самостоятельной работе в качестве фрилансера или сотрудника организаций культуры и творчества.

Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
ПК-1 Готов к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства	ПК 1.1. Демонстрирует знания терминологии, направлений, школ, современных тенденций менеджмента и позиции российской управленческой мысли российской	Знать: базовые положения технологий менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства. Уметь: ориентироваться в базовых положениях технологий менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства; распознавать и свободно применять технологии менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства.

	<p>управленческой мысли</p> <p>ПК-1.2. Использует знания технологий менеджмента, умения по применению таковых на практике и владеет данными технологиями в сфере культуры и искусства</p> <p>ПК-1.3. Знает маркетинг и особенности ценообразования в сфере культуры и искусства</p> <p>ПК-1.4. Владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организаций (предприятий) культуры и искусства</p> <p>ПК-1.5. Проводит стратегический анализ макро- и микросреды организации (предприятия), владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций</p>	<p>Владеть:</p> <p>применением на практике новых знаний и умений, приобретенных с помощью технологий менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства</p>
<p>ПК- 3 Способен осуществлять предпринимательскую деятельность в сфере культуры и искусства</p>	<p>ПК 3.1. - Разработка и реализация бизнес-планов создания нового бизнеса в сфере искусства и культуры;</p> <p>ПК 3.2. - Организация и ведение предпринимательской деятельности в сфере искусства и культуры.</p>	<p>Знать: основы хозяйственного, договорного и авторского права, основы организации предпринимательской деятельности и бизнес планирования, основы стратегического и финансового менеджмента, технологии принятия предпринимательских решений; механизмы функционирования предприятия в сфере искусства и культуры; сущность предпринимательского риска и основные способы его снижения;</p> <p>Уметь: выявлять рыночные возможности; разрабатывать бизнес-планы создания новых организаций (направлений деятельности, продуктов) в сфере культуры и искусства; планировать потребности в материальных ресурсах и персонале, координировать предпринимательскую деятельность с партнерами и другими участниками рынка; обеспечивать юридически корректное оформление сделок, включая авторские права и защиту интеллектуальной</p>

		<p>собственности; готовить организационные и распорядительные документы, необходимые для создания/прекращения предпринимательских структур.</p> <p>Владеть навыками принятия предпринимательских решений, поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, навыками управления финансами организации культуры и искусства, планирования бюджета и оценки рисков</p>
--	--	--

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 2 зачетные единицы, 72 часа – очная/заочная форма обучения. Форма контроля – зачет.