

Компонент ОПОП 54.03.01 Дизайн
Направленность (профиль) Дизайн среды и интерьера

Б1.В.ДВ.03.02
шифр дисциплины

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**Дисциплины
(модуля)**

Стратегии развития креативных индустрий

Разработчик(и)

Желнина З. Ю.

Должность зав. кафедрой СиТ

Ученая степень канд. филос. наук

Звание доцент

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры сервиса и туризма

Протокол № 7 от 02.04.2025 г.

Заведующий кафедрой искусств и дизайна



Е. Ю. Терещенко

**Мурманск
2025**

Пояснительная записка

Объем дисциплины 6 з.е.

1. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с индикаторами достижения компетенций, установленными образовательной программой

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	ИД-1 _{УК-1} Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие. Осуществляет декомпозицию задачи. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи. ИД-2 _{УК-1} Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи. ИД-3 _{УК-1} Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки. ИД-4 _{УК-1} Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности. ИД-5 _{УК-1} Определяет и оценивает практические последствия возможных решений задачи.	Знать Ключевые понятия стратегического менеджмента и признаки развития креативных индустрий Принципы стратегического менеджмента как технологии формирования креативного капитала, продуктов культурных и креативных индустрий Уметь Формировать базу знаний на основе источников и самостоятельных исследований по направлениям стратегического менеджмента Создавать программы и отдельные решения для управления эффективностью креативного бизнеса Владеть Методами оценки состояния, перспектив развития креативных индустрий Методами исследования запросов целевых аудиторий креативных индустрий
УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	ИД-1 _{УК-10} Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике. ИД-2 _{УК-10} Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски. ИД-3 _{УК-10} Знаком с основными документами, регламентирующими экономическую деятельность; источниками финансирования профессиональной деятельности; принципами планирования экономической деятельности.	Знать Характерные признаки экономики впечатлений Факторы развития креативных индустрий Уметь Выявлять ресурсы развития креативного бизнеса для разработки стратегических планов и отдельных проектов Разрабатывать арт-продукты для разных целевых аудиторий Владеть Навыками экономических расчетов для реализации планов развития креативных проектов Методами выявления рисков на этапах жизненного цикла проекта
ПК-5 Способен составлять подробную спецификацию	ИД-1 _{ПК-5} Проявляет знания о полном наборе документации по дизайн-	Знать

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
требований к дизайн-проекту и готовить полный набор документации по дизайн-проекту	проекту ИД-2пк-5 Применяет методы подготовки документации по дизайн-проекту с основными экономическими расчетами для реализации проекта ИД-3пк-5 Демонстрирует способность составлять подробную спецификацию требований к дизайн-проекту и готовить полный набор документации	Специфику требований к документам креативного проекта Принципы распределения и закрепления ответственности на этапах проекта Уметь Разрабатывать пакет документов, регламенты, инструкции по реализации проекта Разрабатывать техническое задание на проект и услуги партнеров Владеть Цифровыми ресурсами, обеспечивающими электронный документооборот по проекту Программным обеспечением для создания презентации креативного проекта

2. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Введение в дисциплину: стратегический менеджмент в креативных индустриях как вид профессиональной деятельности

Понятие «развитие», «эволюция», «смена технологических укладов». Ключевые понятия менеджмента креативных индустрий. Эволюция содержания арт-менеджмента от технологий покровительства искусстваам до экосистемы предпринимательства в креативных индустриях. Историко-культурные, социальные, экономические, технологические факторы развития креативной индустрии. Коммодификация культуры. Стратегический менеджмент в условиях экономики впечатлений. Функции арт-менеджмента.

Тема 2. Феномен и эволюция креативных индустрий

Понятие «креативные индустрии». Понятие «креативный город», «креативный класс», «креативный капитал территории». История появления креативных индустрий в России и за рубежом. Методология исследования креативных индустрий как социального и экономического феномена. Роль креативных индустрий в жизнедеятельности города: влияние на жизнь местного сообщества, творческих людей, креативного бизнеса. Понятие «креативный продукт», продукты и результаты деятельности креативных индустрий

Тема 3. Классификация креативных индустрий

Сущность классификации как метода исследования и инструмента управления. Проблемы и задачи классификации креативных индустрий. Классификация по профилю деятельности. Классификации по влиянию на развитие городов и территорий. Обзор основных видов креативных индустрий: реклама, мультимедиаиндустрия, киноиндустрия, издательская деятельность, индустрия моды, индустрия дизайна и др.

Тема 4. Стратегический менеджмент: ключевые понятия, ресурсы, методология

Специфика стратегического планирования в практике креативных индустрий. Виды стратегий развития креативного бизнеса (расширение, диверсификация, коллаборация, вовлечение и партисипация, брендинг, развитие устойчивости, инновации и др.). Стратегия планирования событийного календаря. Стратегия взаимодействия с фондами и грантовыми организациями. Бизнес-модели креативных индустрий. Стратегия маркетинга

и продвижения деятельности креативного бизнеса. Стратегия развития сети деловых связей креативного бизнеса.

Тема 5. Стратегия управления жизненным циклом креативного бизнеса

Понятие жизненного цикла креативного бизнеса. Риски и возможности менеджмента на этапах развития деятельности. Управление на этапе роста и развития креативного бизнеса, привлечение ресурсов для развития на начальном этапе. Расширение деятельности по отдельным направлениям, увеличение объемов работы, развитие целевых аудиторий. Факторы повышения конкурентоспособности и устойчивости креативного бизнеса. Инновации и креативные решения на этапе стагнации деятельности. Факторы, условия и последствия закрытия креативного бизнеса. Модель спирали в управлении жизненным циклом креативного бизнеса.

Тема 6. Управление креативным капиталом в практике стратегического менеджмента

Креативный капитал как ключевой ресурс и объект развития в арт-менеджменте. Признаки креативного капитала, факторы развития отдельных элементов. Организационные, экономические, культурные, событийные стимулы для творческой деятельности и предпринимательства в креативных индустриях. Физическое пространство и доступность ресурсов в системе развития креативного капитала. Менеджмент талантов. Мониторинг развития креативного капитала, организация привлечения креативных кадров и бизнеса в условиях конкуренции.

Тема 7. Управление креативными кластерами

Признаки креативного кластера. Коллаборации разных видов искусств, индустрий в кластере. Роль креативного кластера в развитии арт-рынка и культурных процессов. Событийный менеджмент в жизнедеятельности креативного кластера. Менеджмент публичных программ участников креативного кластера (выставки, концерты, фестивали, литературные чтения, мастер-классы и лекции для общественности и т.п.). Взаимодействия кластера и местного сообщества.

Тема 8. Менеджмент арт-проекта

Концепция и структура арт-проекта. Креативная программа и бизнес-модель креативного проекта. Метрики результативности арт-проекта. Принципы дизайн-мышления в разработке креативного проекта. Карта пути пользователя креативного продукта. Фирменный стиль креативного проекта. Привлечение ресурсов для реализации креативного проекта. Мотивационные программы для команды проекта. Программа информационной поддержки арт-проекта (каналы, контент-менеджмент, амбассадоры).

Тема 9. Стратегический менеджмент в условиях взаимовлияния отраслей креативных индустрий

Государственная поддержка креативных индустрий в Российской Федерации. Коллаборации креативных индустрий в экономике впечатлений. Цифровые и мультимедиа проекты в креативном бизнесе. Роль некоммерческих арт-программ для развития креативного бизнеса. Университеты в метавселенной креативных индустрий.

3. Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины (модуля)

- мультимедийные презентационные материалы по дисциплине (модулю) представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;
- методические указания к выполнению практических работ представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;

- методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) представлены на официальном сайте МАУ в разделе «Информация по образовательным программам, в том числе адаптированным».

4. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Является отдельным компонентом образовательной программы, разработан в форме отдельного документа, включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля);
- задания текущего контроля;
- задания промежуточной аттестации;
- задания внутренней оценки качества образования.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

(печатные издания, электронные учебные издания и (или) ресурсы электронно-библиотечных систем)

Основная литература:

1. Чернов, А. В. *Профессиональные творческие студии : учебное пособие для вузов / А. В. Чернов, М. В. Дворянова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 118 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12548-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542580>*
2. Барышева, Т. А. *Психология творчества : учебник для вузов / Т. А. Барышева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 300 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13240-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543550>*

Дополнительная литература:

3. Хворостяная, А. С. *Стратегический бренд-менеджмент : учебник для вузов / А. С. Хворостяная. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19360-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556347>*
4. Гумерова, Г. И. *Управление интеллектуальной собственностью : учебное пособие для вузов / Г. И. Гумерова, Э. Ш. Шаймиева. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17666-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533503>*

6. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Государственная система правовой информации - официальный интернет-портал правовой информации- URL: <http://pravo.gov.ru>
- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - URL: <http://window.edu.ru>
- Справочно-правовая система. Консультант Плюс - URL: <http://www.consultant.ru/>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

Офисный пакет Microsoft Office 2007

8. Обеспечение освоения дисциплины лиц с инвалидностью и ОВЗ

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) представлено в приложении к ОПОП «Материально-технические условия реализации образовательной программы» и включает:

- учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде МАУ.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

10. Распределение трудоемкости по видам учебной деятельности

Таблица 1 - Распределение трудоемкости

Вид учебной деятельности	Распределение трудоемкости дисциплины (модуля) по формам обучения			
	Заочная			Всего часов
	Семестр			
	7	8		
Лекции		4		4
Лабораторные занятия		6		6
Самостоятельная работа		197		197
Всего часов по дисциплине		216		216
/ из них в форме практической подготовки		36		36
Формы промежуточной аттестации и текущего контроля				
Экзамен	-	1		

Перечень практических занятий по формам обучения

№ п/п	Темы практических занятий
1	2
	Заочная форма
1.	Эволюция содержания менеджмента креативных индустрий от технологий

	покровительства искусства до экосистемы креативного предпринимательства.
2.	Стратегический менеджмент в условиях экономики впечатлений.
3.	История и эволюция креативных индустрий в России и мире.
4.	Виды и драйверы развития креативного бизнеса (по направлениям).
5.	Концепция и бизнес-модель креативного бизнеса.
6.	Визуальные коммуникации, дизайн интерьеров и фирменный стиль креативного пространства.
7.	Виды стратегий развития креативного бизнеса.
8.	Планирование событийного календаря креативного бизнеса.
9.	Оценка динамики развития и конкурентоспособности креативного бизнеса.
10.	Инновации и креативные решения в развитии деятельности на этапах жизненного цикла креативного проекта.
11.	Практика развития креативного капитала методами арт-менеджмента.
12.	Управление кадрами в условиях конкуренции за таланты.
13.	Креативный кластер в культурной, экономической и профессиональной жизни города.
14.	Роль местного сообщества в развитии креативного кластера.
15.	Этапы разработки отдельного арт-проекта.
16.	Продвижение арт-проекта в электронной среде (выбор площадок, контент-менеджмент).
17.	Коллаборации креативных индустрий.
18.	Государственная поддержка креативных индустрий в России.