

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кондратьева Людмила Николаевна

Должность: Заведующая кафедрой социально-культурной деятельности

Дата подписания: 23.06.2024 16:31

Уникальный программный ключ:

8f66afbd331237721fa6162e07810f80961c585e

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

**Факультет гуманитарного образования
Кафедра социально-культурной деятельности**

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой СКД



Л.Н. Кондратьева
05.06.2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.О.28 Креативная экономика

Направление подготовки (профиль): 51.03.03 Социально-культурная деятельность
(Управление в креативных индустриях)

Квалификация (степень) выпускника – Бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Год начала подготовки - 2024

**Краснодар
2024**

Рабочая программа Б1.О.28 «Креативная экономика» предназначена для преподавания дисциплины обязательной части, Блока Б.1. Дисциплины (модули) студентам очной и заочной форм обучения по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность профиль «Управление в креативных индустриях» в 4,5 семестрах у очной формы обучения, в 5,6 семестрах у заочной формы обучения.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 6 декабря 2017 г. приказ № 1179, и основной образовательной программой.

Рецензенты:

Кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента РЭУ им Г.В. Плеханова

Пидашова О.П.

Кандидат экономических наук, доцент кафедры истории, культурологии и музееведения Краснодарского государственного института культуры

Белицкая О.В.

Составитель:

Кравченко Татьяна Евгеньевна – доцент, кандидат экономических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры Социально-культурной деятельности 05 июня 2024 г., протокол № 12.

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 18 июня 2024 года, протокол № 10.

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	4
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	5
4. Структура и содержание и дисциплины	6
4.1. Структура дисциплины:	6
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	9
5. Образовательные технологии	18
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	19
6.1. Контроль освоения дисциплины	20
6.2. Фонд оценочных средств	20
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины	20
7.1. Основная литература	20
7.2. Дополнительная литература	20
7.3. Периодические издания	20
7.4. Интернет-ресурсы	20
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	21
7.6. Программное обеспечение	22
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины	22
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины	23

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины: знакомство студентов с основными социокультурными, экономическими, правовыми и образовательными предпосылками креативной экономики, совместный анализ институциональных факторов, способствующих ее развитию.

Задачи:

- сформировать представления о современной экономической системе, тенденциях развития творческих индустрий, о принципах и подходах к менеджменту и предпринимательству в областях, основой которых является творческая составляющая;

- сформировать умения анализировать современные технологии управления в творческих индустриях, объединять культурологические знания с современными экономическими практиками в предпринимательской деятельности, государственной или муниципальной службы в области культуры;

- сформировать навыки анализа, моделирования и управления культурными проектами на организационном уровне.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

В соответствии со структурой учебного плана по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность и профилю подготовки "Управление в креативных индустриях", «Креативная экономика» входит в состав дисциплин Блока 1 Дисциплины (модули).

При освоении данной дисциплины обучающийся должен иметь знания обществознания, истории, общей теории культуры, экономики, информатики, изучаемые в школе. Дальнейшее развитие технологические знания получают в учебной, производственной практиках, а также в конкретизируются в дисциплинах профилизации.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

- Основы государственной культурной политики РФ
- Менеджмент в социально-культурной сфере и креативных индустриях
- Маркетинговые коммуникации в социокультурной сфере
- Разработка конкурентоспособных продуктов событийного туризма и др.

«Креативная экономика» - дисциплина, дающая необходимые знания для последующего освоения знаний по таким дисциплинам, как: «Исследование рынков и поведения потребителя», «Фандрайзинг», «Бизнес-планирование» и др.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЁННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Компетенция	Индикаторы		
	знает	умеет	владеет
<p>ПК-2 Способен к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности в части функционирования организаций и проектов в креативных индустриях и туризме</p>	<p>основы формирования креативной экономики, теоретические основы менеджмента и маркетинга в социально-культурной сфере, функции и принципы, механизмы финансирования и ценообразования в социально-культурной сфере, планирование деятельности учреждений культуры, основные понятия, принципы и технологии, особенности коммерческого и некоммерческого маркетинга в музейной деятельности, цели, задачи, функции, принципы и структуру маркетинговых коммуникаций; комплекс маркетинговых коммуникаций, основные этапы становления и развития социально-культурной деятельности в зарубежной теории и практике, основные технологии менеджмента в MICE-индустрии, основные понятия,</p>	<p>работать с управленческой информацией, самостоятельно изучать, анализировать процессы и механизмы управленческой деятельности, выявлять проблемы организационной и финансово-хозяйственной деятельности в социально-культурной сфере, решать ситуационные задачи, анализировать внутреннюю и внешнюю среды организации СКД, работать с первичной управленческой документацией, проектировать алгоритм реализации технологии менеджмента СКД в работе учреждения культуры на основе понимания креативной экономики, применять маркетинговые технологии в управлении музейной деятельностью, использовать инструменты маркетинговых коммуникаций для реализации стратегий продвижения организации</p>	<p>навыками разработки социокультурных проектов и программ на основе исследований; навыками управления человеком и группой, методами организации и руководства социально-культурной деятельностью, навыками управления в музейной деятельности, навыками организации взаимодействия с учреждениями социально-культурной сферы, общественными организациями и объединениями, навыками организации контроля на предприятии (организации, учреждении, фирме) социокультурной сферы, навыками принятия стратегических и тактических решений в области маркетинга музейной деятельности, навыками проектирования процесса</p>

	<p>закономерности, принципы и ключевые технологии планирования бизнеса в социально-культурной сфере, теоретические основы предпринимательской деятельности в социально-культурной сфере; технологии организации и управления предпринимательством в социально-культурной сфере, особенности реализации технологий маркетинга в креативных индустриях и туризме, базовые положения технологий менеджмента и маркетинга в event-сфере.</p>	<p>социально-культурной сферы, применять теоретические знания в практической деятельности при формировании культуры организации, команды в арт-индустрии для эффективной и этической бизнес-деятельности по воплощению творческой идеи, использовать приоритетные направления социально-культурной работы передовых странах мира на практике, разрабатывать цели и приоритеты художественно - творческой деятельности учреждений культуры, осуществлять управление деятельностью учреждений культуры; разбираться в механизмах финансирования и ценообразования в культуре, применять основные инструменты бизнес-планирования и финансового менеджмента для осуществления предпринимательской и коммерческой деятельности в социально-культурной сфере, анализировать</p>	<p>коммуникации; навыками организации маркетинговых коммуникаций в деятельности учреждений культуры, навыками использования на практике основных направлений системы рекреации и социальных служб различных стран, технологией планирования деятельности учреждений социокультурной сферы, технологией подготовки и разработки управленческих решений в деятельности учреждений культуры; навыками работы с управленческой документацией, навыками управления и организации работы учреждений (фирм) социокультурной сферы, технологией бизнес-планирования и методами организационно-управленческого моделирования в деятельности организации социально-культурной сферы, инструментарием организации и управления предпринимательской деятельностью в социокультурной</p>
--	--	--	---

		<p>процессы и механизмы системы социокультурного предпринимательства, решать прикладные задачи, направленные на результативное ведение и управление предпринимательством в социально-культурной сфере, осуществлять выбор стратегии управления персоналом организации, осуществлять оценку эффективности управления персоналом организации, планировать потребность в персонале и знать основные методы испытания и отбора персонала, проектировать и организовывать деятельность рекреационных организаций, учитывать специфику технологий менеджмента и маркетинга при организации проектов МІСЕ-индустрии, сопоставлять особенности реализации технологий менеджмента и маркетинга в креативных индустриях и туризме, применять и оценивать на практике технологии менеджмента и маркетинга исследований поведения</p>	<p>сфере, методиками ведения предпринимательства в социально-культурной сфере, навыками подбора и применения технологий поиска, отбора и найма персонала, составления профессионального и психологического портрета должности, планирования адаптации, построения плана развития и карьеры сотрудников организации, навыками использования технологий менеджмента рекреационных объектов, создания, продвижения рекреационных программ, навыками создания новых методик и реализации традиционных технологий менеджмента и маркетинга в МІСЕ-индустриях, навыками подготовки, постановки и проведения культурно-досуговых программ, разработки проектов в креативных индустриях и туризме, навыками реализации технологий, проектирования менеджмента и</p>
--	--	---	---

		<p>потребителей, применять технологии менеджмента в организации социально-культурной сферы и рекреации; реализовывать на практике технологии менеджмента и маркетинга на основе понимания законов развития креативной экономики, применять технологии менеджмента и маркетинга в event-сфере</p>	<p>маркетинга в event-сфере на основе изучения запросов, интересов различных групп населения</p>
--	--	--	--

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачётных единицы (216 часов)

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	КОНТ	СР	
1	Раздел 1. Креативная экономика. Теоретические основы	4	1-18	18	36	9	9	Дискуссия и опрос по пройденному материалу, тестовые работы, устный опрос, тренинги Зачет
2.	Раздел 2. Методологические подход к измерению креативной экономики	5	1-18	28	28	27	61	Дискуссия и опрос по пройденному материалу, тестовые работы, устный опрос, тренинги Экзамен
	Итого:	4,5		46	64	36	70	216

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Се мес тр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	КОНС	СР	
1	Раздел 1. Креативная экономика. Теоретические основы	4	1-18	6	6	10	50	Дискуссия и опрос по пройденному материалу, тестовые работы, устный опрос, тренинги Зачет
2.	Раздел 2. Методологические подход к измерению креативной экономики	5	1-18	6	6	10	86	Дискуссия и опрос по пройденному материалу, тестовые работы, устный опрос, тренинги Экзамен
	Итого:	4,5		12	12	20	136	216

4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): Объем часов / Формы: лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов /з.е	Формируемые компетенции (по теме)
Раздел 1. Креативная экономика. Теоретические основы			
Тема 1. Введение в дисциплину «Креативная экономика»	Лекции: Креативная экономика как совокупность общественных отношений и практик хозяйственной деятельности, в основе которой лежат взаимосвязи между творчеством, культурой, экономикой и технологиями.	3	ПК-2
	<u>Практические занятия (семинары):</u> 1. Изучение актуальной литературы. 2. Составление списка источников. 3. Анализ определений основных	7	

	<p>понятий по теме.</p> <p>4. Цели и задачи креативной экономики.</p>		
	<p>Самостоятельная работа:</p> <p>Изучение лекционного материала</p> <p>Изучение информации основной и дополнительной литературы</p> <p>Изучение информации интернет-ресурсов</p>	2	
Тема 2 Креативные индустрии. Отраслевой классификатор.	<p>Лекция: Креативные индустрии. Отраслевой классификатор. Ключевые экономические показатели Кластеры креативных индустрий</p>	5	ПК-2
	<p><u>Практические занятия (семинары):</u></p> <p>1. Изучение актуальной литературы.</p> <p>2. Составление списка источников.</p> <p>3. Анализ определений основных понятий по теме.</p>	8	
	<p>Самостоятельная работа</p> <p>Изучение лекционного материала</p> <p>Изучение информации основной и дополнительной литературы</p> <p>Изучение информации интернет-ресурсов</p>	2	
Тема 3 Креативные профессии	<p>Лекция: Креативные профессии</p>	3	ПК-2
	<p><u>Практические занятия</u></p> <p>Семинар. Характеристики креативной экономики</p> <p>1. Роль новых технологий и открытий в различных областях деятельности человека;</p> <p>2. Высокая креативная составляющая труда</p> <p>3. Большой объем уже существующих знаний, острая необходимость генерации новых знаний.</p>	7	
	<p>Самостоятельная работа</p> <p>Изучение лекционного материала</p> <p>Изучение информации основной и дополнительной литературы</p> <p>Изучение информации интернет-ресурсов</p> <p>Подготовка к семинарскому занятию</p> <p>Подготовка к дискуссии методом активного диалога</p>	2	
Тема 4 Креативные товары	<p>Лекция: Креативные товары</p> <p>Международная классификация креативных товаров и услуг.</p> <p>Художественные промыслы, дизайнерские товары, изобразительное искусство, товары-носители аудиовизуального контента, товары для</p>	3	ПК-2

	исполнительских искусств, товары для новых медиа, печатная продукция.		
	<u>Практические занятия. Семинар.</u> <u>Вопросы:</u> 1. Креативные товары – как категория материальных продуктов 2. Креативные товары единичного и массового производства. 3. Создание и производство креативных товаров: коммерческие цели и творческое содержание 4. Экономическая и культурная ценность креативных товаров	7	
	Самостоятельная работа Изучение лекционного материала Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к семинарским и практическим занятиям Подготовка к дискуссии методом активного диалога	2	
Тема 5 Профили креативных индустрий	Лекция: Профили креативных индустрий.: Отрасли, которые основаны на создании и использовании интеллектуальной собственности	4	ПК-2
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Анализ показателей развития креативной экономики в России и за рубежом. 2. Определение проблем в развитии отечественной креативной экономики. 3. Актуальные тенденции креативной экономики России. 4. Определение перспектив развития креативной экономики в мире и в России	7	
	Самостоятельная работа Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	1	
Зачет		9	ПК-2
Итого		72	
Раздел 2. Методологические подходы к измерению креативной экономики			
Тема 1	Лекция: Оценка ключевых	6	ПК-2

Оценка ключевых экономических показателей	экономических показателей		
	Практические занятия (семинары) 1. Изучение актуальной литературы. 2. Составление списка источников. 3. Анализ определений основных понятий по теме.	6	
	Самостоятельная работа Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	5	
Тема 2 Экономика и культура - современные экономические и социологические подход	Лекция: Экономика и культура - современные экономические и социологические подход	5	ПК-2
	Практические занятия (семинары) 1. Экономика и культура - современные экономические и социологические подход. 2. Экономические аспекты культурного наследия. 3. Экономика символического обмена.	5	
	Самостоятельная работа Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	5	
Тема 3 Культура и благотворительность – современные варианты культурной политики	Лекция: Культура и благотворительность – современные варианты культурной политики	6	ПК-2
	Практические занятия (семинары): 1. Креативный класс и слабые социальные связи: социальный портрет креативного класса. 2. Креативный город: города в борьбе за креативный ресурс. 3. Креативная экономика и трансформация городского пространства	6	
	Самостоятельная работа Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	5	
Тема 4 Анализ внешней торговли креативными товарами	Лекция: Анализ внешней торговли креативными товарами	6	ПК-2
	Практические занятия (семинары) 1. Международная классификация	6	

	креативных товаров и услуг. 2. Креативные товары – как категория материальных продуктов 3. Креативные товары единичного и массового производства.		
	Самостоятельная работа Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	5	
Тема 5 Креативная экономика: современный запрос на формирование и развитие	Лекция: Креативная экономика: современный запрос на формирование и развитие	5	ПК-2
	Практические занятия (семинары) 1. Экономика символического обмена. 2. Культура как предмет инвестиций.	5	
	Самостоятельная работа Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	5	
Экзамен		36	ПК-2
Итого		144	
Итого по дисциплине		216	

Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): Объем часов / Формы: лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов /з.е	Формируемые компетенции (по теме)
Раздел 1. Креативная экономика. Теоретические основы			
Тема 1. Введение в дисциплину «Креативная экономика»	Лекции: Креативная экономика как совокупность общественных отношений и практик хозяйственной деятельности, в основе которой лежат взаимосвязи между творчеством, культурой, экономикой и технологиями.	1	ПК-2
	<u>Практические занятия (семинары):</u> 1. Изучение актуальной литературы.	2	

	<p>2. Составление списка источников. 3. Анализ определений основных понятий по теме. 4. Цели и задачи креативной экономики.</p>		
	<p>Самостоятельная работа: Изучение лекционного материала Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов</p>	10	
Тема 2 Креативные индустрии. Отраслевой классификатор.	<p>Лекция: Креативные индустрии. Отраслевой классификатор. Ключевые экономические показатели Кластеры креативных индустрий</p>	1	ПК-2
	<p><u>Практические занятия (семинары):</u> 1. Изучение актуальной литературы. 2. Составление списка источников. 3. Анализ определений основных понятий по теме.</p>	1	
	<p>Самостоятельная работа Изучение лекционного материала Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов</p>	10	
Тема 3 Креативные профессии	<p>Лекция: Креативные профессии</p>	1	ПК-2
	<p><u>Практические занятия</u> Семинар. Характеристики креативной экономики 1. Роль новых технологий и открытий в областях деятельности человека; 2. Высокая креативная составляющая труд 3. Большой объем уже существующих зна острая необходимость генерации новых знаний.</p>	1	
	<p>Самостоятельная работа Изучение лекционного материала Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к дискуссии методом активного диалога</p>	10	
Тема 4 Креативные товары	<p>Лекция: Креативные товары Международная классификация креативных товаров и услуг. Художественные промыслы, дизайнерские товары, изобразительное искусство, товары-носители</p>	2	ПК-2

	аудиовизуального контента, товары для исполнительских искусств, товары для новых медиа, печатная продукция.		
	<u>Практические занятия. Семинар.</u> <u>Вопросы:</u> 1. Креативные товары – как категория материальных продуктов 2. Креативные товары единичного и массового производства. 3. Создание и производство креативных товаров: коммерческие цели и творческое содержание 4. Экономическая и культурная ценность креативных товаров	1	
	Самостоятельная работа Изучение лекционного материала Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к семинарским и практическим занятиям Подготовка к дискуссии методом активного диалога	10	
Тема 5 Профили креативных индустрий	Лекция: Профили креативных индустрий.: Отрасли, которые основаны на создании и использовании интеллектуальной собственности	1	ПК-2
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Анализ показателей развития креативной экономики в России и за рубежом. 2. Определение проблем в развитии отечественной креативной экономики. 3. Актуальные тенденции креативной экономики России. 4. Определение перспектив развития креативной экономики в мире и в России	1	
	Самостоятельная работа Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	10	
Зачет	Итого	108	
Раздел 2. Методологические подход к измерению креативной экономики			
Тема 1 Оценка ключевых	Лекция: Оценка ключевых экономических показателей	1	ПК-2

экономических показателей	Практические занятия (семинары)	2	
	Самостоятельная работа Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	17	
Тема 2 Экономика и культура - современные экономические и социологические подход	Лекция: Экономика и культура - современные экономические и социологические подход	1	ПК-2
	Практические занятия (семинары) 1. Экономика и культура - современные экономические и социологические подход. 2. Экономические аспекты культурного наследия. 3. Экономика символического обмена.	1	
	Самостоятельная работа Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	18	
Тема 3 Культура и благотворительность – современные варианты культурной политики	Лекция: Культура и благотворительность – современные варианты культурной политики	2	ПК-2
	Практические занятия (семинары): 1. Креативный класс и слабые социальные связи: социальный портрет креативного класса. 2. Креативный город: города в борьбе за креативный ресурс. 3. Креативная экономика и трансформация городского пространства	1	
	Самостоятельная работа Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	17	
Тема 4 Анализ внешней торговли креативными товарами	Лекция: Анализ внешней торговли креативными товарами	1	ПК-2
	Практические занятия (семинары) 1. Международная классификация креативных товаров и услуг. 2. Креативные товары – как категория материальных продуктов 3. Креативные товары единичного и массового производства.	1	

	Самостоятельная работа Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	17	
Тема 5 Креативная экономика: современный запрос на формирование и развитие	Лекция: Креативная экономика: современный запрос на формирование и развитие	1	ПК-2
	Практические занятия (семинары) 1. Экономика символического обмена. 2. Культура как предмет инвестиций.	1	
	Самостоятельная работа Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	17	
Экзамен	Итого	108	
Всего по дисциплине		216	ПК-2

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ:

Дисциплина «Креативная экономика» включает следующие виды образовательных технологий:

Лекции Цель лекционных занятий – систематизации и обобщение теоретических концепций, осмысливающих проблемы современной массовой культуры. Эта форма образовательной технологии продолжает академическую традицию российского высшего профессионального образования и включает такие инновационные формы подачи материала, как презентации. Активные формы занятий

Семинары – закрепляют теоретические знания, формируют умение классифицировать по степени надежности и представительности информацию о проблемах массовой культуры.

Интерактивные формы занятий Дискуссии – формируют умение корректно интерпретировать и критиковать сведения, полученные в результате работы с литературой или в результате проведенного исследования; помогают овладеть понятийным аппаратом курса.

Разбор конкретных ситуаций – направлен на формирование навыков представления и презентации результатов самостоятельной подготовки к семинарскому занятию, а также закрепляет навыки аргументированного изложения собственной позиции. Работа в мини-группах (тройках и парах) – формирует навыки командной работы.

6 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. Контроль освоения дисциплины

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры».

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

Устный опрос

Заслушивание докладов

Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих

оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний:

Устные ответы

Оценка презентаций

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета в 4 семестре и экзамена в 5 семестре

6.2 Фонд оценочных средств

6.2.1. Примеры тестовых заданий (ситуаций)

1. Какой из подходов к решению проблем наиболее типичен для креативных отраслей

- A. Структурированный и логичный;
- B. Использование проверенных методов;
- C. Работа в изолированном режиме;
- D. Инновационный и творческий.

2. Что означает термин «брендинг» в контексте управления в креативных индустриях

- A. Производство товаров;
- B. Распределение ресурсов;
- C. Управление персоналом;
- D. Создание и управление образом бренда.

3. Креативные индустрии

- A. Ускоряют социальное развитие и тормозят коммерческие процессы;
- B. Ускоряют социальное развитие и экономические процессы;

- C. Повышают качество жизни и снижают социальную напряженность;
- D. Повышают затраты бюджетов всех уровней.

4. Какой из следующих элементов включает в себя процесс управления в креативных индустриях

- A. Организация конференций;
- B. Творческий процесс;
- C. Бухгалтерия;
- D. Стратегическое планирование.

5. Какое из следующих понятий связано с защитой интеллектуальной собственности в креативных индустриях

- A. Авторское право;
- B. Экологическая устойчивость;
- C. Маркетинговый анализ;
- D. Безопасность на производстве.

6. Управление рисками в креативной индустрии представляет собой совокупность мер, позволяющих

- A. Снизить неопределенность результатов креативного проекта;
- B. Получить патент на инновационный продукт;
- C. Улучшить инновационный климат;
- D. Повысить уровень компетентности разработчиков.

7. Инновационный процесс – это

- A. Начальный этап смены технологического уклада;
- B. Объективный процесс распространения новшеств в обществе;
- C. Последовательность этапов создания и использования нововведения;
- D. Технология конкуренции в инновационной среде.

8. Процесс превращения новшества в креативный продукт путем его внедрения на рынок, создания условий для экономического эффекта называется

- A. Лицензирование;
- B. Патентование;
- C. Коммерциализация;
- D. Сертификация.

9. Креативный кластер это:

A. Взаимосвязанные организации и предприятия креативных индустрий, размещенные на территории компактно расположенных объектов недвижимости;

B. Организации и предприятия креативных индустрий, объединенные в одно юридическое лицо;

С. Организации и предприятия креативных индустрий, объединенные коллаборативными проектами.

10. Что такое проект

А. Временное предприятие, направленное на создание уникального продукта, ограниченное по времени и ресурсам;

В. Логически взаимосвязанные процессы, выполнение которых приводит к достижению цели;

С. Совокупность последовательно выполняемых действий.

11. Формирование миссии организации происходит с учетом:

А. Личных интересов руководителя организации;

В. Интересов сотрудников организации;

С. Материальных целей;

Д. Отличительных особенностей организации.

12. За счет чего происходит государственная финансовая поддержка учреждений культуры на современном этапе

А. Традиционного финансирования;

В. Сметного принципа финансирования;

С. Целевой адресной поддержки творческих проектов;

Д. Сохранения планово-распределительной системы.

13. Что служит основанием для предполагаемой деятельности и ее результатов

А. Производственный процесс;

В. Накопление средств;

С. Организационная структура;

Д. Бизнес-план;

Е. Реклама.

14. Особенность социальных проектов

А. Количественная и качественная оценка достижения результатов существенно затруднена;

В. Целью социальных проектов является улучшение экономических показателей системы;

С. Сроки проекта четко определены и не требуют корректировки в процессе реализации;

Д. Выражается в цели проекта.

15. С чего начинается составление плана-графика подготовки мероприятия

А. Определение целей, результатов и общего перечня работ проекта;

В. Определение ресурсов и ответственности рабочей группы;

С. Создание системы комплексного планирования и параметров проекта;

D. Создание команды проекта.

16. На что не распространяются авторские права

- A. Идеи, концепции, принципы;
- B. Произведения декоративно-прикладного искусства;
- C. Географические и другие планы;
- D. Фотографические произведения;
- E. Аудиовизуальные произведения.

17. Благотворительность – это

- A. Благие побуждения, не требующие ничего взамен;
- B. Гарантированные государством ассигнования;
- C. Стабильное распределение финансовых ресурсов;
- D. Конкретная модель поведения государства по отношению к сфере культуры.

18. Спонсорство— это

- A. Социальные проекты;
- B. Финансовое обеспечение;
- C. Взаимовыгодное сотрудничество;
- D. Рекламные услуги;
- E. Благотворительная деятельность.

19. Какими понятиями оперирует маркетинг

- A. Рынок, цена, производитель, потребитель, арт-продукция;
- B. Книга, искусство, образ, мотив;
- C. Интерес, концепция, демонстрация, собственность;
- D. Информация, условия, представление;
- E. Предложение, удовольствие, организация, технология.

20. Какой из инструментов управления проектами чаще всего используется для визуализации временных рамок и зависимостей между задачами?

- A. Электронная почта;
- B. Телефонные звонки;
- C. Диаграмма Ганта;
- D. Стратегический план.

21. Какую роль играет коммуникация в управлении проектами в креативных областях?

- A. Незначительная роль;
- B. Определение бюджета;
- C. Ключевая роль в согласовании и понимании задач;
- D. Только внутренняя коммуникация.

- 22. Что представляет собой концепция «креативного процесса»**
- A. Жесткое следование инструкциям;
 - B. Четкий план выполнения задач;
 - C. Быстрое завершение проекта;
 - D. Последовательность этапов при создании чего-то нового.
- 23. Эффективностью проекта оценивается:**
- A. Размером ресурсов проекта;
 - B. Сроками реализации проекта;
 - C. На основе анализа бюджета;
 - D. Сравнением полученного результата с размером вложенных ресурсов.
- 24. Какой аспект управления в креативных индустриях фокусируется на создании и поддержании характерной атмосферы, стимулирующей творческий процесс среди сотрудников**
- A. Финансовый менеджмент;
 - B. Маркетинговые стратегии;
 - C. Организационная культура;
 - D. Проектное управление.
- 25. Важным достоинством группового решения является**
- A. Ответственность;
 - B. Скорость;
 - C. Эффект масштаба;
 - D. Эффект синергии.
- 26. Достоинством группового решения является ...**
- A. Информационная обеспеченность;
 - B. Ответственность;
 - C. Проявление эффекта эмпатии;
 - D. Скорость.
- 27. Какое из нижеперечисленных является важным аспектом управления в области медиа и развлечений**
- A. Управление человеческими ресурсами;
 - B. Оптимизация производственных процессов;
 - C. Стандартизация технологий;
 - D. Управление интеллектуальной собственностью.
- 28. Какой аспект управления в креативных индустриях связан с управлением процессом создания и реализации концепции продукта или идеи**
- A. Стратегическое управление;
 - B. Организационная культура;
 - C. Производственный менеджмент;

D. Проектное управление.

29. Что представляет собой «целевая аудитория» в мире креативных индустрий?

- A. Самые активные покупатели;
- B. Группа друзей компании;
- C. Группа людей, которую компания стремится привлечь и удовлетворить;
- D. Все потребители продукции.

30. К бюджетным источникам финансирования относятся:

- A. Предпринимательская деятельность;
- B. Средства, направленные на целевые программы;
- C. Международные программы;
- D. Благотворительность;
- E. Премии, гранты.

6.2.2 Тематика докладов и презентаций

1. История понятия «креативность» и «творчество».
2. Антропологизация креативности в эпоху Возрождения.
3. Философско-романтическая концепция творчества.
4. Творчество и капитализм.
5. Переопределение концепции креативности в работах Й. Шумпетера.
6. Нерыночные институты «творческого разрушения» (С. Фуллер).
7. Политэкономия культуры: Дж. Рёскин.
8. Творчество как ограниченный ресурс и инструменты аккумуляции творчества.
9. Музеи и коллекционирование.
10. Художественные ремёсла.
11. Творчество и культур-критика капитализма Франкфуртской школы.
12. Демократизация культурного творчества и массовая культура.
13. Концепция «креативного класса» Р. Флориды: творчество в постиндустриальной экономике.
14. Креативный класс и слабые социальные связи: социальный портрет креативного класса.
15. Креативный город: города в борьбе за креативный ресурс.
16. Креативная экономика и трансформация городского пространства.
17. «Креативные индустрии» как категория современной культурной политики.
18. Британская культурная политика и маркетизация культуры.
19. Критика политики «креативных индустрий».
20. Экономика и культура - современные экономические и социологические подходы.
21. Экономические аспекты культурного наследия.
22. Экономика символического обмена.

23. Культура как предмет инвестиций.
24. Культура и благотворительность – современные варианты культурной политики.
25. Культурный капитал.

6.2.3. Вопросы к зачету по дисциплине

1. Анализ определений понятия «креативная экономика».
- 2 Креативные индустрии. Отраслевой классификатор.
- 3 Ключевые экономические показатели Кластеры креативных индустрий
- 4 Цели и задачи креативной экономики.
- 5 Классификация креативных профессий
- 6 Занятость в креативной экономике.
- 7 Категория «интегрированные» как показатель масштаба проникновения креативных профессий в другие индустрии.
- 8 Роль новых технологий и открытий в разных областях деятельности человека;
- 9 Высокая креативная составляющая труда;
- 10 Большой объем уже существующих знаний и острая необходимость генерации новых знаний.
- 11 Международная классификация креативных товаров и услуг.
- 12 Креативные товары – как категория материальных продуктов
- 13 Креативные товары единичного и массового производства.
- 14 Создание и производство креативных товаров: коммерческие цели и творческое содержание
- 15 Экономическая и культурная ценность креативных товаров.
- 16 Отрасли, основанные на создании и использовании интеллектуальной собственности.
- 17 Анализ показателей развития креативной экономики в России и за рубежом.
- 18 Проблемы развития отечественной креативной экономики.
- 19 Демократизация культурного творчества и массовая культура.
- 20 Концепция «креативного класса» Р. Флориды: творчество в постиндустриальной экономике.
- 21 Креативный класс и слабые социальные связи: социальный портрет креативного класса.
- 22 Креативный город: города в борьбе за креативный ресурс.
- 23 Креативная экономика и трансформация городского пространства.
- 24 «Креативной индустрии» как категория современной культурной политики.
- 25 Британская культурная политика и маркетизация культуры.
- 26 Критика политики «креативных индустрий».
- 27 Экономика и культура - современные экономические и социологические подходы.

- 28 Экономические аспекты культурного наследия.
- 29 Экономика символического обмена.
- 30 Актуальные тенденции креативной экономики России.
- 31 Определение перспектив развития креативной экономики в мире и в России.
- 32 Подходы к измерению креативной экономики.
- 33 Экономика и культура - современные экономические и социологические подход.
- 34 Экономические аспекты культурного наследия.
- 35 Экономика символического обмена.
- 36 Культура как предмет инвестиций.
- 37 Культура и благотворительность – современные варианты культурной политики.
- 38 Культурный капитал

6.2.4. Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Анализ определений понятия «креативная экономика».
2. Креативные индустрии. Отраслевой классификатор.
3. Ключевые экономические показатели Кластеры креативных индустрий
4. Цели и задачи креативной экономики.
5. Классификация креативных профессий
6. Занятость в креативной экономике.
7. Категория «интегрированные» как показатель масштаба проникновения креативных профессий в другие индустрии.
8. Роль новых технологий и открытий в разных областях деятельности человека;
9. Высокая креативная составляющая труда;
10. Большой объем уже существующих знаний и острая необходимость генерации новых знаний.
11. Международная классификация креативных товаров и услуг.
12. Креативные товары – как категория материальных продуктов
13. Креативные товары единичного и массового производства.
14. Создание и производство креативных товаров: коммерческие цели и творческое содержание
15. Экономическая и культурная ценность креативных товаров.
16. Отрасли, основанные на создании и использовании интеллектуальной собственности
17. Анализ показателей развития креативной экономики в России и за рубежом.
18. Проблемы развития отечественной креативной экономики.
19. Демократизация культурного творчества и массовая культура.
20. Концепция «креативного класса» Р. Флориды: творчество в постиндустриальной экономике.

21. Креативный класс и слабые социальные связи: социальный портрет креативного класса.
22. Креативный город: города в борьбе за креативный ресурс.
23. Креативная экономика и трансформация городского пространства.
24. «Креативный индустрии» как категория современной культурной политики.
25. Британская культурная политика и маркетизация культуры.
26. Критика политики «креативных индустрий».
27. Экономика и культура - современные экономические и социологические подходы.
28. Экономические аспекты культурного наследия.
29. Экономика символического обмена.
30. Актуальные тенденции креативной экономики России.
31. Определение перспектив развития креативной экономики в мире и в России.
32. Подходы к измерению креативной экономики.
33. Экономика и культура - современные экономические и социологические подход.
34. Экономические аспекты культурного наследия.
35. Экономика символического обмена.
36. Культура как предмет инвестиций.
37. Культура и благотворительность – современные варианты культурной политики.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Основная литература:

1. Секретова, Л. В. Индустрия досуга: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению социально-культурная деятельность / Л.В. Секретова. – Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (ОмГУ), 2020. – 98 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=614071> (дата обращения: 06.08.2022). – ISBN 978-5-7779-2467-4. – Текст : электронный.
2. Хокинс, Дж. Креативная экономика / Дж. Хокинс. – М. : Классика XXI в., 2021. – 321 с.
3. Глушкова Ю.О. Креативные индустрии: экономико-управленческая стратегия развития регионов России : монография / Глушкова Ю.О.. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2019. — 164 с. — ISBN 978-5-7433-3347-9. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99264.html> (дата обращения: 06.08.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/99264Хокинс>

7.2. Дополнительная литература:

1. Рудич, Л. И. Предпринимательская и инновационная деятельность в сфере культуры и искусства : учебное пособие / Л. И. Рудич. – Кемерово :

Кемеровский 14 государственный университет культуры и искусств (КемГУКИ), 2021. – 209 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227897> (дата обращения: 06.08.2022). – ISBN 978-5-8154-0260-7. – Текст : электронный.

2. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. – М. : Классика XXI в., 2005. – 421 с.

3. Белокрылова, О. С. Мировой опыт формирования креативной экономики и возможности его использования в России / О. С. Белокрылова, Е. С. Дубская // Пространство экономики. – 2013. – № 2–4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/mirovoy-opyt-formirovaniya-kreativnoy-ekonomiki-ivozmozhnosti-ego-ispolzovaniya-v-rossii>. – Дата доступа : 28.06.2022.

7.3. Периодические издания

Вестник МГУКИ – архив: <http://vestnik.mgik.org/arkhiv-zhurnala/>

Вестник СПбГУКИ – статьи: <https://vestnik.spbgik.ru/stati/>

Культурная жизнь Юга России – архив: <https://kjur.kgik1966.ru/arkhiv>

Вопросы философии – архив:

<https://dlib.eastview.com/browse/publication/674/udb/4>

Вопросы экономики – архив: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/4>

Государство, религия, церковь в России и за рубежом – архив:

<https://dlib.eastview.com/browse/publication/36569/udb/4>

Дружба народов – архив:

<https://dlib.eastview.com/browse/publication/490/udb/4>

Историко-философский ежегодник – архив:

<https://dlib.eastview.com/browse/publication/2680/udb/4>

Логос – архив: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/62178/udb/4>

Международные процессы – архив:

<https://dlib.eastview.com/browse/publication/5365/udb/4>

Наш современник – архив:

<https://dlib.eastview.com/browse/publication/578/udb/4>

Общественные науки и современность – архив:

<https://dlib.eastview.com/browse/publication/593/udb/4>

Педагогика – архив:

<https://dlib.eastview.com/browse/publication/598/udb/4>

Полис. Политические исследования – архив:

<https://dlib.eastview.com/browse/publication/603/udb/4>

Россия в глобальной политике – архивы:
<https://dlib.eastview.com/browse/publication/2420/udb/4>

Социально-гуманитарные знания – архив:
<https://dlib.eastview.com/browse/publication/63829/udb/4>

Социально-политические науки – архив:
<https://dlib.eastview.com/browse/publication/58286/udb/4>

Социологические исследования – архив:
<https://dlib.eastview.com/browse/publication/633/udb/4>

Человек – архив: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/484/udb/4>

Наука в России – архивы:
<https://dlib.eastview.com/browse/publication/587/udb/4>

7.4. Интернет-ресурсы

НЭБ Elibrary <https://elibrary.ru>

Справочная система Консультант Плюс

«ПОЛИС» – <http://www.politstudies.ru>

«Русский Журнал» – <http://www.russ.ru>

Библиотека по культурологии и истории – <http://culture.niv.ru/>

Институт философии Российской Академии наук : электронная библиотека – <https://iphras.ru/elib.htm>

Национальная политическая энциклопедия: словари и справочники по политологии, статьи и биографии – <http://politike.ru>

Национальная служба новостей – <http://www.nns.ru>

Национальная философская энциклопедия – <http://terme.ru/>

Раздел культурология на lib.ru – <http://lib.ru/CULTURE/>

Образовательно-справочный сайт по экономике –
<http://www.economicus.ru>

Сервер органов государственной власти РФ – <http://www.gov.ru>

Стэнфордская философская энциклопедия – <http://www.philosophy.ru>

Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации – <http://www.gks.ru>

Центр проблемного анализа и государственно-управленческого проектирования – <http://www.rusrand.ru>

7.5 Методические указания и материалы по видам занятий

Методические указания к практическим и семинарским занятиям

При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо уточнить у преподавателя, какие средства, способы и приемы будут использоваться в ходе занятий. Подготовить и иметь необходимые технические средства и реквизиты.

Практические и семинарские занятия проводятся с целью углубления изученного материала и контроля усвоения полученных знаний в ходе лекционных и практических видов занятий, а также в часы самостоятельной работы обучающихся.

На итоговом семинаре, наряду с общепризнанной практикой коллективного обсуждения доклада, фиксированных выступлений и наиболее важных в теоретическом и практическом плане вопросов и проблем по теме занятия, обучаемые представляют результаты интерпретации данных, полученных в ходе выполнения в часы самостоятельной работы аналитического исследования, в форме публичной защиты своего отчета.

В ходе семинара ведущему преподавателю следует акцентировать внимание студентов на наиболее сложных проблемах учебного материала. По завершении семинара подвести его общий итог. Оценить степень отработки учебных вопросов. Сделать итоговый вывод по обсуждаемым проблемам, оценить участие студентов в семинаре, сориентировать их на самостоятельное изучение обсуждаемых вопросов.

7.6. Программное обеспечение

Компьютерный сетевой (Интернет) класс с установленными операционной системой MSWindows 10, пакетами MSofficeprof 2007; Astralinux 1.6, P7-Офис, справочно-правовые системы Консультант Плюс, Гарант, выход в сеть Интернет, мультимедийный проектор, экран, мобильный стенд.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий. Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное и стриминговое оборудование.

Студенты пользуются:

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;

- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)

на 20__-20__ уч. год

СОГЛАСОВАНО:
Зав. каф. СКДЛ.Н. Кондратьева
«___» _____ 20__ г.

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- _____;
- _____;
- _____;
- _____;
- _____;
- _____;
- _____.

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры _____

_____ (наименование)
Протокол № ___ от «___» _____ 20__ г.

Исполнитель(и):

_____/_____/_____/_____
(должность) (подпись) (Ф.И.О.)
(дата)

_____/_____/_____/_____
(должность) (подпись) (Ф.И.О.)
(дата)

Заведующий кафедрой

_____/_____/_____/_____
(наименование кафедры) (подпись) (Ф.И.О.)
(дата)