


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении
ФИО: Кудинова Анна Васильевна
Должность: Заведующая кафедрой истории, культурологии и музееведения
Дата подписания: 21.06.2026 14:43:44
Уникальный программный ключ:
f44eef2bd05d36fb6ccbfd4c09b3b18c8392fed4

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»
Факультет гуманитарного образования
Кафедра истории, культурологии и музееведения

УТВЕРЖДАЮ
зав. кафедрой
истории, культурологии и
музееведения

А.В. Кудинова
25 февраля 2026 г. Пр № 9

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В. 02 Цифровизация креативных индустрий

Направление подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки Арт-бизнес и реклама

Форма обучения – заочная

**Краснодар
2026**

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, утвержденным приказами Министерства образования и науки Российской Федерации, по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (№ 532 от 08.06.2017).

Рецензенты:

Доктор филологических наук,
профессор кафедры электронных средств
массовой информации и новых медиа
факультета журналистики
Кубанского государственного университета

Е.Г. Сомова

Кандидат культурологии, доцент кафедры
социально-культурной деятельности КГИК

Л.Н. Кондратьева

Составитель: А.Ю. Куликов, кандидат философских наук, доцент кафедры истории культурологии и музееведения КГИК

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры истории культурологии и музееведения 25 февраля 2026 г., протокол № 9.

Рабочая программа учебной дисциплины «Цифровизация креативных индустрий» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 29.05.2026 г., протокол № 10.

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	4
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	4
4. Структура и содержание и дисциплины	5
4.1. Структура дисциплины:	5
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	5
5. Образовательные технологии	15
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	15
6.1. Контроль освоения дисциплины	
6.2. Оценочные средства	
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины (модуля)	19
7.1. Основная литература	19
7.2. Дополнительная литература	19
7.3. Периодические издания	19
7.4. Интернет-ресурсы	19
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	19
7.6. Программное обеспечение	25
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	25
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)	26

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины: является формирование понятийного аппарата, развитие теоретического и проективного мышления в области цифровизации креативных индустрий, понимание основ функционирования и взаимодействия между различными организациями внутри сектора культурных и креативных индустрий, а также развитие данных секторов в глобальной экономике

Задачи: понимание места и роли цифровизации в развитии креативных индустрий, изучение новых цифровых форматов взаимодействия с аудиториями креативных индустрий, применение современных информационно-коммуникационных технологий в проектной деятельности в креативных индустриях.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)». Ее освоение базируется на знаниях, полученных в результате освоения студентами таких дисциплин, как: «Основы государственной культурной политики РФ», «Креативная экономика» и др. «Цифровизация креативных индустрий» - дисциплина, дающая необходимые знания для последующего освоения знаний по таким дисциплинам, как: «Управление креативными проектами», «Медиация и кураторская практика», «Брендинг и проектирование потребительской культуры» и др.

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

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	Уметь	Владеть
Способность применять методы управления в арт-бизнесе и рекламе с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-2)	• - основы формирования цифровой культуры, применения виртуальных технологий в организации деятельности креативных индустрий	• - Разрабатывать проекты и использовать цифрового пространства	• Навыками создания цифрового культурного продукта, разработки стратегий продвижения в цифровой среде

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

По очной форме обучения

№ п/п	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	К	СР	
1.	Теоретические аспекты креативных индустрий	6	1-16	14	28	4	62	9 неделя –опрос 16 неделя - зачет
2.	Цифровизация в креативных индустриях	7	1-16	28	28	9	7	Экзамен
ИТОГО				42	56	13	69	180

По заочной форме обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часов).

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	К	СР	
1	Теоретические аспекты креативных индустрий	6	6	6		60	Зачет
2	Цифровизация в креативных индустриях	7	6	6		60	Экзамен
ИТОГО			12	12		120	144

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

По очной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов / з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
<u>6</u> семестр	Теоретические аспекты креативных индустрий		

Тема 1.1 <u>Культурные индустрии и креативные индустрии</u>	<u>Лекции:</u> Тема 1. Введение в дисциплину. Понятие «креативная индустрия» и «культурная индустрия». Миссия, цели и задачи креативных индустрий..	2	<i>ПК-2</i>
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Изучение актуальной литературы по тематике креативных индустрий. Составление списка источников. Анализ определений основных понятий по теме.	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к семинарскому занятию. Изучение источников, подбор примеров.	12	
Тема 1.2. <u>Креативные индустрии и культурная политика</u>	<u>Лекции:</u> Креативные индустрии и культурное потребление: диверсификация продукта и пост-модернистская эстетика. Включенность, интерактивность и провокация как черта креативных индустрий. Культурные индустрии и массовая культура: причины появления, основные черты.	2	<i>ПК-2</i>
	<u>Практические занятия</u> Семинар. 1. Культурная политика и включенность населения в инкультурацию посредством креативных индустрий. 2. Гражданское общество, креативные индустрии и флэш-мобы.	6	
	<u>Самостоятельная работа</u> Подготовка к семинарскому занятию. Изучение источников, подбор примеров.	12	
Тема 1.3. <u>Креативные индустрии, экономика и менеджмент</u>	<u>Лекции:</u> Культурные эксперты, производители и потребители креативного продукта. Специфика разработки креативных проектов. Менеджмент креативных индустрий.	2	<i>ПК-2</i>
	<u>Практические занятия. Семинар. Вопросы:</u> 1. Анализ креативного продукта (примеры) 2. Характеристика целевых аудиторий креативных индустрий. 3. Культурное производство: специфика креативных индустрий.	6	
	<u>Самостоятельная работа</u> Подготовка к семинарскому занятию, работа с источниками.	12	
Тема 1.4. <u>Мировая и российская креативная индустрия</u>	<u>Лекции:</u> История становления креативных индустрий. Сравнительный анализ развития креативных индустрий в России и за рубежом.	4	<i>ПК-2</i>
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Семинар Подготовка и просмотр презентаций на тему: «История развития креативной индустрии в (страна по выбору)»	6	
	<u>Самостоятельная работа</u> Подготовка к семинарскому занятию. Изучение источников, подбор примеров.	12	

Тема 1.5. Маркетинговые коммуникации в креативных индустриях	<u>Лекции:</u> Специфика маркетинга в креативных индустриях. Продвижение субъектов деятельности креативных индустрий. Особенности коммуникаций в целевыми аудиториями креативных индустрий.	4	<i>ПК-2</i>
	<u>Практические занятия:</u> Разработка стратегии продвижения для субъекта креативной индустрии (по выбору)	6	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к семинарским занятиям, работа с источниками.	14	
7 семестр	Цифровизация в креативных индустриях		
Тема 2.1. <u>Цифровизация в сфере культуры</u>	<u>Лекции:</u> Использование цифровых коммуникационных технологий в сфере культуры. Обеспечения доступа населения к культурным ценностям вне зависимости от региона проживания. Цифровизация как приоритетная задача государственной культурной политики РФ в рамках осуществления всех видов культурной деятельности и развития индустрий. Формирование единого российского электронного культурного пространства. Безопасность информационной среды с помощью популяризации информационных ресурсов.	4	<i>ПК-2</i>
	<u>Практические занятия:</u> Семинар. 1. Цифровые коммуникационные технологии. 2. Цифровое культурное пространство. 3. Основные цифровые культурные ресурсы.	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка презентаций к практическому занятию.	1	
Тема 2.2 <u>Социальное партнерство креативного бизнеса и креативных индустрий</u>	<u>Лекции:</u> Креативные отрасли экономики как лидеры процесса цифровизации. Современные стандарты цифровой культуры..	6	<i>ПК-2</i>
	<u>Практические занятия:</u> Анализ опыта стратегического партнерства по цифровизации креативных индустрий.	6	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к дискуссии. подбор примеров, подготовка презентаций.	1	
Тема 2.3 <u>Роль цифровых платформ в развитии креативного бизнеса</u>	<u>Лекции:</u> Цифровизация креативного бизнеса. Ключевые преимущества использования цифровых платформ в креативном предпринимательстве. Оценка эффективности онлайн-каналов для развития креативных индустрий. Использование цифровых платформ населением. Увлечения россиян как ресурс роста креативных индустрий. Цифровизация креативных увлечений населения. Креативные увлечения как инструмент личного развития	6	<i>ПК-2</i>
	<u>Практические занятия:</u> 1. Анализ цифровых платформ креативных индустрий.	6	

	<p>2. Универсальные и специализированные цифровые платформы</p> <p>3. Востребованный контент цифровых платформ.</p> <p>4. Монетизация креативных увлечений населением.</p> <p>5. Блоггерство как способ заработка</p>		
	<p><u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к практическому занятию. Изучение источников, подбор примеров.</p>	1	
<p>Тема 2.4 <u>Особенности цифровизации в секторах креативных индустрий</u></p>	<p><u>Лекции:</u> Специфика цифровизации в деятельности представителей исполнительских искусств, кино, театров, музеев, индустрии моды и др. Востребованные профессии: специалисты по контенту и мультимедийному проектированию, сценаристы, технические директора, специалисты по цифровому маркетингу, менеджеры по работе с сообществами, менеджеры культуры (кураторы, продюсеры).</p>	6	ПК-2
	<p><u>Практические занятия:</u></p> <p>1. Построение отношений нового типа с аудиторией исполнительских искусств.</p> <p>2. Новые типы виртуальных площадок.</p> <p>3. Виды онлайн-продуктов в креативных индустриях.</p> <p>4. Диверсификация форматов в киноиндустрии.</p> <p>5. Омниканальность музеев.</p> <p>6. Венчурный рынок.</p>	6	
	<p><u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к практическому занятию. Изучение источников, подбор примеров.</p>	1	
<p>Тема 2.5 <u>Перспективные технологии цифровизации креативных индустрий.</u></p>	<p><u>Лекции:</u> Интеграция различных типов мультимедиа-контента в рамках платформенных решений Формирование интерактивного, персонализированного и постоянного взаимодействия с пользователем Совместное творчество человека и машины Цифровизация культурного наследия</p>	6	ПК-2
	<p><u>Практические занятия:</u> Новые технологии и перспективы их использования: - Стриминговые платформы: Совместная работа над проектом (постпродакшен фильмов, написание музыки); Маркетплейсы контента (музыки к фильмам) и сотрудников (дизайнеров, осветителей на аутсорс); Создание цифровых гидов - ИИ и большие данные: • Создание художественных произведений (театральных и киносценариев, музыки) • Управление организацией на основе анализа данных о предпочтениях пользователей • Рекомендательные сервисы, персонализированные подборки - 5G: • Облачные решения для постпродакшена • Увеличение скорости передачи данных • Повышение уровня безопасности систем и</p>	6	

	платформ - AR / VR • Создание интерактивного контента и иммерсивной среды; • Виртуальные выставки и экскурсии; - 3D-моделирование: • Цифровизация культурного наследия • Дизайн • Создание художественных произведений		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к практическому занятию, подбор примеров.	2	
Вид итогового контроля – экзамен			
ВСЕГО:		180/5	

По заочной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов / з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
6 семестр	Теоретические аспекты креативных индустрий		
Тема 1.1 <u>Культурные индустрии и креативные индустрии</u>	<u>Лекции:</u> Тема 1. Введение в дисциплину. Понятие «креативная индустрия» и «культурная индустрия». Миссия, цели и задачи креативных индустрий..	2	<i>ПК-2</i>
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Изучение актуальной литературы по тематике креативных индустрий. Составление списка источников. Анализ определений основных понятий по теме.	1	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к семинарскому занятию. Изучение источников, подбор примеров.	12	
Тема 1.2. <u>Креативные индустрии и культурная политика</u>	<u>Лекции:</u> Креативные индустрии и культурное потребление: диверсификация продукта и пост-модернистская эстетика. Включенность, интерактивность и провокация как черта креативных индустрий. Культурные индустрии и массовая культура: причины появления, основные черты.	1	<i>ПК-2</i>
	<u>Практические занятия</u> Семинар. 1. Культурная политика и включенность населения в инкультурацию посредством креативных индустрий. 2. Гражданское общество, креативные индустрии и флэш-мобы.	1	
	<u>Самостоятельная работа</u> Подготовка к семинарскому занятию. Изучение источников, подбор примеров.	12	
Тема 1.3. <u>Креативные индустрии.</u>	<u>Лекции:</u> Культурные эксперты, производители и потребители креативного продукта. Специфика разработки креативных проектов. Менеджмент	1	<i>ПК-2</i>

<u>экономика и менеджмент</u>	креативных индустрий.		
	<u>Практические занятия. Семинар. Вопросы:</u> 1. Анализ креативного продукта (примеры) 2. Характеристика целевых аудиторий креативных индустрий. 3. Культурное производство: специфика креативных индустрий.	1	
	<u>Самостоятельная работа</u> Подготовка к семинарскому занятию, работа с источниками.	12	
Тема 1.4. <u>Мировая и российская креативная индустрия</u>	<u>Лекции:</u> История становления креативных индустрий. Сравнительный анализ развития креативных индустрий в России и за рубежом. <u>Практические занятия (семинары)</u> Семинар Подготовка и просмотр презентаций на тему: «История развития креативной индустрии в (страна по выбору)»	1	ПК-2
	<u>Самостоятельная работа</u> Подготовка к семинарскому занятию. Изучение источников, подбор примеров.	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Подготовка к семинарскому занятию. Изучение источников, подбор примеров.	12	
Тема 1.5. Маркетинговые коммуникации в креативных индустриях	<u>Лекции:</u> Специфика маркетинга в креативных индустриях. Продвижение субъектов деятельности креативных индустрий. Особенности коммуникаций в целевыми аудиториями креативных индустрий.	1	ПК-2
	<u>Практические занятия:</u> Разработка стратегии продвижения для субъекта креативной индустрии (по выбору)	1	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к семинарским занятиям, работа с источниками.	12	
7 семестр	Цифровизация в креативных индустриях		
Тема 2.1. <u>Цифровизация в сфере культуры</u>	<u>Лекции:</u> Использование цифровых коммуникационных технологий в сфере культуры. Обеспечения доступа населения к культурным ценностям вне зависимости от региона проживания. Цифровизация как приоритетная задача государственной культурной политики РФ в рамках осуществления всех видов культурной деятельности и развития индустрий. Формирование единого российского электронного культурного пространства. Безопасность информационной среды с помощью популяризации информационных ресурсов.	1	ПК-2
	<u>Практические занятия:</u> Семинар. 1. Цифровые коммуникационные технологии. 2. Цифровое культурное пространство. 3. Основные цифровые культурные ресурсы.	1	

	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка презентаций к практическому занятию.	12	
Тема 2.2 <u>Социальное партнерство креативного бизнеса и креативных индустрий</u>	<u>Лекции:</u> Креативные отрасли экономики как лидеры процесса цифровизации. Современные стандарты цифровой культуры..	1	ПК-2
	<u>Практические занятия:</u> Анализ опыта стратегического партнерства по цифровизации креативных индустрий.	1	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к дискуссии. подбор примеров, подготовка презентаций.	12	
Тема 2.3 <u>Роль цифровых платформ в развитии креативного бизнеса</u>	<u>Лекции:</u> Цифровизация креативного бизнеса. Ключевые преимущества использования цифровых платформ в креативном предпринимательстве. Оценка эффективности онлайн-каналов для развития креативных индустрий. Использование цифровых платформ населением. Увлечения россиян как ресурс роста креативных индустрий. Цифровизация креативных увлечений населения. Креативные увлечения как инструмент личного развития	1	ПК-2
	<u>Практические занятия:</u> 1. Анализ цифровых платформ креативных индустрий. 2. Универсальные и специализированные цифровые платформы 3. Востребованный контент цифровых платформ. 4. Монетизация креативных увлечений населением. 5. Блоггерство как способ заработка	1	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к практическому занятию. Изучение источников, подбор примеров.	12	
Тема 2.4 <u>Особенности цифровизации в секторах креативных индустрий</u>	<u>Лекции:</u> Специфика цифровизации в деятельности представителей исполнительских искусств, кино, театров, музеев, индустрии моды и др. Востребованные профессии: специалисты по контенту и мультимедийному проектированию, сценаристы, технические директора, специалисты по цифровому маркетингу, менеджеры по работе с сообществами, менеджеры культуры (кураторы, продюсеры).	2	ПК-2
	<u>Практические занятия:</u> 1. Построение отношений нового типа с аудиторией исполнительских искусств. 2. Новые типы виртуальных площадок. 3. Виды онлайн-продуктов в креативных индустриях. 4. Диверсификация форматов в киноиндустрии. 5. Омниканальность музеев. 6. Венчурный рынок.	1	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к практическому занятию. Изучение источников, подбор примеров.	12	

Тема 2.5 <u>Перспективные технологии цифровизации креативных индустрий.</u>	Лекции: Интеграция различных типов мультимедиа-контента в рамках платформенных решений Формирование интерактивного, персонализированного и постоянного взаимодействия с пользователем Совместное творчество человека и машины Цифровизация культурного наследия	1	ПК-2
	Практические занятия: Новые технологии и перспективы их использования: - Стриминговые платформы: Совместная работа над проектом (постпродакшен фильмов, написание музыки); Маркетплейсы контента (музыки к фильмам) и сотрудников (дизайнеров, осветителей на аутсорс); Создание цифровых гидов - ИИ и большие данные: • Создание художественных произведений (театральных и киносценариев, музыки) • Управление организацией на основе анализа данных о предпочтениях пользователей • Рекомендательные сервисы, персонализированные подборки - 5G: • Облачные решения для постпродакшена • Увеличение скорости передачи данных • Повышение уровня безопасности систем и платформ - AR / VR • Создание интерактивного контента и иммерсивной среды; • Виртуальные выставки и экскурсии; - 3D-моделирование: • Цифровизация культурного наследия • Дизайн • Создание художественных произведений	2	
	Самостоятельная работа: Подготовка к практическому занятию, подбор примеров.	12	
Вид итогового контроля – экзамен			
		ВСЕГО:	144/4

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Дисциплина «Цифровизация креативных индустрий» 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.

Доля активных форм занятий в структуре курса составляет 41 % аудиторных занятий.

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.

Лекционные занятия составляют 50 % аудиторных занятий.

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 6 семестре, в форме экзамена в 7 семестре.

6.2. Оценочные средства

6.2.1. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Назовите западные теории в развитии практики креативных индустрий.
2. Динамика развития креативных индустрий в XX – начале XXI вв.
3. Технологии в модернизации сферы услуг.
4. Перечислите перспективы «инновационной модели» в функционировании культурных институтов, учреждений, организаций, творческих субъектов.
5. Какие внешние факторы влияют на развитие креативных технологий в социально-культурной сфере?
6. Назовите семь областей деятельности творческих индустрии.
7. Чему способствуют творческие индустрии в социально-культурной сфере. Как средства коммуникации влияют на творческие индустрии?
8. Какие преимущества создают города в развитии культурных индустрий?
9. Влияют ли информационные технологии на развитие культурных индустрий?

10. Назовите на ваш взгляд новые приоритеты в интеллектуальном и научном сообществе.
11. Значимость понятия «творческий класс», «творческие индустрии».
12. Значимость понятия «творческий кластер».
13. Что значит «творческий продукт»?
14. Охарактеризуйте понятие «творческий кластер».
15. Чему способствуют творческие индустрии?
16. Характеристики сектора творческих индустрий.

6.2.2 Тематика докладов и презентаций

1. Культурные индустрии и массовая культура: причины появления, основные черты.
2. Креативные индустрии и культурное потребление: диверсификация продукта и постмодернистская эстетика.
3. Включенность, интерактивность и провокация как черта креативных индустрий.
4. Экономическая основа креативных индустрий.
5. Культурная политика и включенность населения в инкультурацию посредством креативных индустрий.
6. Гражданское общество, креативные индустрии и флэш-мобы.
7. Трансформация маркетинговых технологий и рекламы под влиянием идеологии креативных индустрий.
8. Тело потребителя как объект влияния и экспансии креативных индустрий.
9. Эстетика производства и потребления в креативных индустриях.
10. Культурные эксперты, производители и потребители креативного продукта.
11. Специфика разработки креативных проектов.

6.2.3. Вопросы к зачету по дисциплине

1. Понятия «арт-менеджмент» и «творческая индустрия».
2. Объекты творческой индустрии и их классификация.
3. Рынок творческой индустрии и его особенности.
4. Сущность, содержание и специфика современного арт-менеджмента.
5. Функции арт-менеджмента.
6. Особенности арт-менеджмента как системы управления в сфере творческой индустрии.
7. Творческая индустрия как система: элементы и взаимосвязи.
8. Роль искусства в обществе.
9. Виды и жанры искусства и их классификация.
10. Формы организации творческой деятельности.
11. Историческая ретроспекция развития видов и жанров искусства и форм организации творческой деятельности.
12. Роль форм организации творческой деятельности в развитии искусства.

13. Факторы, влияющие на развитие форм творческой деятельности.
14. Особенности развития форм творческой деятельности.
15. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности арт-менеджера.
16. Современные формы организации творческой деятельности и их особенности в условиях Москвы и регионов.
17. Исторические этапы развития и становления мировой творческой индустрии.
18. Предпосылки формирования мировой творческой индустрии как системы.
19. Основные закономерности развития мировой творческой индустрии.
20. Роль творческой индустрии в жизни общества: позитивные и негативные аспекты.
21. Особенности и характерные черты развития отечественной творческой индустрии.
22. Возникновение системы управления производственными процессами в творческой индустрии.
23. Управленческая деятельность как субъектно-объектные отношения.
24. Теории управленческой деятельности и их отражение в системе управления в творческой индустрии.
25. Механизмы управления в творческой индустрии.
26. Общая характеристика продуктов деятельности в творческой индустрии.
27. Подходы к созданию творческих продуктов.
28. Понятие технологии в арт-менеджменте и ее специфика.
29. Технологические цепочки и конвейер производства.
30. Диверсификация продуктов деятельности в творческой индустрии.
31. Проектная деятельность как основа производственной деятельности в сфере творческих индустрий.

6.2.4. Вопросы к экзамену

1. Понятие «креативная индустрия» и «культурная индустрия».
2. Миссия, цели и задачи креативных индустрий.
3. Креативные индустрии и культурное потребление: диверсификация продукта и постмодернистская эстетика.
4. Включенность, интерактивность и провокация как черты креативных индустрий.
5. Культурные индустрии и массовая культура: причины появления, основные черты.
6. Культурная политика и включенность населения в инкультурацию посредством креативных индустрий.
7. Гражданское общество, креативные индустрии и флэш-мобы. 1
8. Культурные эксперты, производители и потребители креативного продукта. Специфика разработки креативных проектов.
9. Менеджмент креативных индустрий.
10. Характеристика целевых аудиторий креативных индустрий.
11. Культурное производство: специфика креативных индустрий.
12. История становления креативных индустрий.

13. Сравнительный анализ развития креативных индустрий в России и за рубежом.
14. История развития креативной индустрии в (страна по выбору)
15. Специфика маркетинга в креативных индустриях.
16. Продвижение субъектов деятельности креативных индустрий.
17. Особенности коммуникаций с целевыми аудиториями креативных индустрий.
18. Использование цифровых коммуникационных технологий в сфере культуры. Обеспечения доступа населения к культурным ценностям вне зависимости от региона проживания.
19. Цифровизация как приоритетная задача государственной культурной политики РФ в рамках осуществления всех видов культурной деятельности и развития индустрий.
20. Формирование единого российского электронного культурного пространства. Безопасность информационной среды с помощью популяризации информационных ресурсов.
21. Цифровые коммуникационные технологии.
22. Цифровое культурное пространство.
23. Основные цифровые культурные ресурсы.
24. Креативные отрасли экономики как лидеры процесса цифровизации. Современные стандарты цифровой культуры
25. Анализ опыта стратегического партнерства по цифровизации креативных индустрий.
26. Цифровизация креативного бизнеса.
27. Ключевые преимущества использования цифровых платформ в креативном предпринимательстве.
28. Оценка эффективности онлайн-каналов для развития креативных индустрий. Использование цифровых платформ населением.
29. Увлечения россиян как ресурс роста креативных индустрий.
30. Цифровизация креативных увлечений населения.
31. Креативные увлечения как инструмент личного развития
32. Анализ цифровых платформ креативных индустрий.
33. Универсальные и специализированные цифровые платформы
34. Востребованный контент цифровых платформ.
35. Монетизация креативных увлечений населением.
36. Блоггерство как способ заработка 1
37. Специфика цифровизации в деятельности представителей исполнительских искусств, кино, театров, музеев, индустрии моды и др. Востребованные профессии: специалисты по контенту и мультимедийному проектированию, сценаристы, технические директора, специалисты по цифровому маркетингу, менеджеры по работе с сообществами, менеджеры культуры (кураторы, продюсеры).
38. Построение отношений нового типа с аудиторией исполнительских искусств.
39. Новые типы виртуальных площадок.
40. Виды онлайн-продуктов в креативных индустриях.
41. Диверсификация форматов в киноиндустрии.

42. Омниканальность музеев.
43. Венчурный рынок
44. Интеграция различных типов мультимедиа-контента в рамках платформенных решений
45. Формирование интерактивного, персонализированного и постоянного взаимодействия с пользователем Совместное творчество человека и машины
46. Цифровизация культурного наследия
47. Новые технологии и перспективы их использования:
48. Стриминговые платформы
49. Совместная работа над проектом (постпродакшен фильмов, написание музыки);
50. Маркетплейсы контента (музыки к фильмам) и сотрудников (дизайнеров, осветителей на аутсорс); Создание цифровых гидов
51. Управление организацией на основе анализа данных о предпочтениях пользователей
52. Рекомендательные сервисы, персонализированные подборки
53. Создание интерактивного контента и иммерсивной среды
54. Виртуальные выставки и экскурсии;
55. Цифровизация культурного наследия
56. Создание цифровых художественных произведений

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

1. Секретова, Л. В. Индустрия досуга: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению социально-культурная деятельность : [16+] / 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: 06.09.2022). – Библиогр.: с. 93-96. – ISBN 978-5-7779-2467-4. – Текст : электронный.

2. Грибанов, Ю. И. Цифровая трансформация культуры : учебное пособие / Ю. И. Грибанов, М. Н. Руденко ; Пермский государственный национальный исследовательский университет. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 214 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600303> (дата обращения: 06.09.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04192-1. – Текст : электронный.

7.2. Дополнительная литература

1. Рудич, Л. И. Предпринимательская и инновационная деятельность в сфере культуры и искусства : учебное пособие / Л. И. Рудич. – Кемерово : Кемеровский 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: 06.09.2022). – ISBN 978-5-8154-0260-7. – Текст : электронный.

2. Рыбалова, Т. В. Развлекательно-досуговая деятельность : учебное пособие : [16+] / Т. В. Рыбалова ; Тюменский государственный университет. – Тюмень : Тюменский государственный университет, 2020. – 127 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573709> (дата обращения: 06.09.2022). – Библиогр.: с. 113 - 114. – ISBN 978-5-400-01138-2. – Текст : электронный.

7.3. Периодические издания

1. *Искусство*

2. *Культурология: Дайджест. Аналитическая информация*

7.4. Интернет-ресурсы

1. <http://www.mmoma.ru> –Московский музей современного искусства

2. <http://artnow.ru/>

3. <http://artandyou.ru>

4. <http://www.artrussia.ru>

5. <http://www.artinfo.ru>

7.5 Методические указания и материалы по видам занятий

Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей, составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре (конференции), подготовка реферата, составление библиографии, тематических кроссвордов, тестирование и др.

- для формирования умений: решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, выполнение чертежей, схем, выполнение расчетов (графических работ), решение ситуационных (профессиональных) задач, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, опытно экспериментальная работа, рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Виды внеаудиторной СРС: подготовка и написание рефератов, эссе, создание презентаций и других письменных работ на заданные темы, выполнение домашних заданий разнообразного характера. Это - решение задач; перевод и пересказ текстов; подбор и изучение литературных источников; разработка и составление различных схем; выполнение графических работ; проведение расчетов и др.; выполнение индивидуальных заданий, направленных на развитие у студентов самостоятельности и инициативы. Индивидуальное задание может получать как каждый студент, так и часть студентов группы; подготовка к участию в научно-теоретических конференциях, смотрах, олимпиадах и др.

Аудиторная самостоятельная работа может реализовываться при проведении практических занятий, семинаров, выполнении лабораторного практикума и во время чтения лекций.

Результативность самостоятельной работы студентов во многом определяется наличием активных методов ее контроля. Существуют следующие виды контроля:

- входной контроль знаний и умений студентов при начале изучения очередной дисциплины;
- текущий контроль, то есть регулярное отслеживание уровня усвоения материала на лекциях, практических и лабораторных занятиях;
- промежуточный контроль по окончании изучения раздела или модуля курса;
- самоконтроль, осуществляемый студентом в процессе изучения дисциплины при подготовке к контрольным мероприятиям;
- итоговый контроль по дисциплине в виде зачета или экзамена;
- контроль остаточных знаний и умений спустя определенное время после завершения изучения дисциплины.

Методические указания к выполнению реферативной работы

Реферат - краткое письменное изложение материала по определенной теме, выполняется с целью привития студентам навыков самостоятельного поиска и анализа информации, формирования умения подбора и изучения литературных источников, используя при этом дополнительную научную, методическую и периодическую литературу.

Реферат - это самостоятельная учебно-исследовательская работа учащегося, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание материала должно быть логичным, изложение материала носит проблемно-поисковый характер.

Этапы работы над рефератом

1. Формулирование темы. Тема должна быть не только актуальной по своему значению, но оригинальной, интересной по содержанию.

Тема реферата выбирается по желанию студента из списка, предлагаемого преподавателем. Выбранная тема согласовывается с преподавателем. После выбора темы требуется подобрать, изучить необходимую для ее разработки информацию. Тема может быть сформулирована студентом самостоятельно.

2. Подбор и изучение основных источников по теме (как правило, не менее 8-10).

3. Составление библиографии.

4. Обработка и систематизация информации.

5. Разработка плана реферата.

6. Написание реферата.

7. Публичное выступление с результатами исследования.

На семинарском занятии, заседании предметного кружка, студенческой научно-практической конференции.)

Содержание работы должно отражать знание современного состояния проблемы, обоснование выбранной темы, использование известных результатов и фактов, полноту цитируемой литературы, ссылки на работы ученых, занимающихся данной проблемой; актуальность поставленной проблемы; материал, подтверждающий научное, либо практическое значение в настоящее время.

План реферата должен включать в себя: введение, основной текст и заключение.

Во введении аргументируется актуальность выбранной темы, указываются цели и задачи исследования. В нем же можно отразить методику исследования и структуру работы.

Основная часть работы предполагает освещение материала в соответствии с планом. Основной текст желательно разбивать на главы и параграфы.

В заключении излагаются основные выводы и рекомендации по теме исследования.

Критерии оценки реферата:

- знание и понимание проблемы;

- умение систематизировать и анализировать материал, четко и обоснованно формулировать выводы;

- «трудозатратность» (объем изученной литературы, добросовестное отношение к анализу проблемы);

- самостоятельность, способность к определению собственной позиции по проблеме и к практической адаптации материала, недопустимость прямого плагиата;

- выполнение необходимых формальностей (точность в цитировании и указании источника текстового фрагмента, аккуратность оформления).

Рекомендации к подготовке мультимедиа-презентаций и докладов

1. Доклад - это сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

2. Тема доклада должна быть согласована с преподавателем и соответствовать теме занятия.

3. Материалы при его подготовке должны соответствовать научно-методическим требованиям ВУЗа и быть указаны в докладе.

4. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания.

5. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными.

6. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку навыков ораторства и умения организовать и проводить обсуждение.

7. Студент в ходе работы по презентации доклада отрабатывает умение ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей.

8. Студент в ходе работы по презентации доклада отрабатывает умение самостоятельно обобщить материал и сделать выводы в заключении.

9. Студент обязан подготовить и выступить с докладом в строго отведенное время преподавателем и в установленный срок.

Докладчики и содокладчики - основные действующие лица. Они во многом определяют содержание, стиль, активность данного занятия. В докладе необходимо: сообщать новую информацию, использовать технические средства, знать и хорошо ориентироваться в теме всей презентации (семинара), уметь дискутировать и быстро отвечать на вопросы, четко выполнять установленный регламент, иметь представление о композиционной структуре доклада.

Выступление состоит из трех частей: вступление, основная часть и заключение. Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать: название презентации (доклада), сообщение основной идеи, современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов, акцентирование оригинальности подхода

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части - представить достаточно данных для того, чтобы слушатели и заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов.

Заключение - это ясное четкое обобщение и краткие выводы.

Методические указания для подготовки к семинарским занятиям

Семинарские занятия проводятся в форме дискуссии, на которых проходит обсуждение конкретных экономических ситуаций. Обсуждения направлены на освоение научных основ, эффективных методов и приемов решения конкретных практических задач, на развитие способностей к творческому использованию получаемых знаний и навыков.

Основная цель проведения семинара заключается в закреплении знаний полученных в ходе прослушивания лекционного материала.

Семинар проводится в форме устного опроса студентов по вопросам семинарских занятий, а также в виде решения практических задач или моделирования практической ситуации.

В ходе подготовки к семинару студенту следует просмотреть материалы лекции, а затем начать изучение учебной литературы. Следует знать, что освещение того или иного вопроса в литературе часто является личным мнением автора, построенного на анализе различных источников, поэтому следует не ограничиваться одним учебником или монографией, а рассмотреть как можно больше материала по интересующей теме.

Обязательным условием подготовки к семинару является изучение нормативной базы. Для этого следует обратиться к любой правовой системе сети Интернет. В данном вопросе не следует полагаться на книги, так как законодательство претерпевает постоянные изменения и в учебниках и учебных пособиях могут находиться устаревшие данные.

В ходе самостоятельной работы студенту для необходимы отслеживать научные статьи в специализированных изданиях, а также изучать статистические материалы, соответствующей каждой теме.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию:

1. Проработать конспект лекций;
2. Прочитать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу;
3. Ответить на вопросы плана семинарского занятия;
4. Выполнить домашнее задание;
5. Проработать тестовые задания и задачи;
6. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

При подготовке к семинарским занятиям следует руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя, использовать основную литературу из представленного им списка. Для наиболее глубокого освоения дисциплины рекомендуется изучать литературу, обозначенную как «дополнительная» в представленном списке.

При подготовке доклада на семинарское занятие желательно заранее обсудить с преподавателем перечень используемой литературы, за день до семинарского занятия предупредить о необходимых для предоставления материала технических средствах, напечатанный текст доклада предоставить преподавателю.

Методические указания к анализу кейсов – практических ситуаций

Кейс(в переводе с англ. - случай) представляет собой проблемную ситуацию, предлагаемую студентам в качестве задачи для анализа и поиска решения.

Обычно кейс содержит схематическое словесное описание ситуации, статистические данные, а также мнения и суждения о ситуациях, которые трудно

предсказать или измерить. Кейс, охватывает такие виды речевой деятельности как чтение, говорение и письмо.

Кейсы наглядно демонстрируют, как на практике применяется теоретический материал. Данный материал необходим для обсуждения предлагаемых тем, направленных на развитие навыков общения и повышения профессиональной компетенции.

Зачастую в кейсах нет ясного решения проблемы и достаточного количества информации.

Типы кейсов:

- *Структурированный (highlystructured) кейс*, в котором дается минимальное количество дополнительной информации.
- *Маленькие наброски (shortvignettes)* содержащие, как правило, 1-10 страниц текста.
- *Большие неструктурированные кейсы (longunstructuredcases)* объемом до 50 страниц.

Способы организации разбора кейса:

- ведет преподаватель;
- ведет студент;
- группы студентов представляют свои варианты решения;
- письменная домашняя работа.

Для успешного анализа кейсов следует придерживаться ряда принципов: используйте знания, полученные в процессе лекционного курса, внимательно читайте кейс для ознакомления с имеющейся информацией, не торопитесь с выводами, не смешивайте предположения с фактами.

Анализ кейса должен осуществляться в определенной последовательности:

1. Выделение проблемы.
2. Поиск фактов по данной проблеме.
3. Рассмотрение альтернативных решений.
4. Выбор обоснованного решения.

При проведении письменного анализа кейса помните, что основное требование, предъявляемое к нему, – краткость.

7.6 Программное обеспечение

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционные системы – WindowsXP, Windows 7; пакет прикладных программ MSOffice 2007;

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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 оборудование (проектор+экран) в аудиториях 276,282,116,239, возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Обучающиеся пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**Дополнения и изменения
к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)**

на 20__-20__ уч. год

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)