

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный институт культуры**

**УТВЕРЖДАЮ
Председатель УМС
факультета государственной
культурной политики
А.Ю. Единак**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ПРОЕКТЫ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ: СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

**Направление подготовки
39.04.03 Организация работы с молодежью**

**ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ
Управление стратегическими проектами в сфере молодёжной политики**

**КВАЛИФИКАЦИЯ
МАГИСТР**

Форма обучения очная

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины. Целью программы является формирование и совершенствование профессиональных компетенций в области стратегического управления и разработки комплексных решений для развития креативных индустрий в регионах Российской Федерации.

Задачи дисциплины: Теоретические основы и современные тенденции развития креативных индустрий в России и мире; Принципы стратегического менеджмента, бизнес-моделирования и маркетинга территорий; Правовые и финансовые механизмы поддержки проектов в сфере креативных индустрий. Проводить анализ регионального потенциала для развития креативных индустрий; Разрабатывать стратегии и дорожные карты развития креативных кластеров; Применять инструменты проектного управления и привлекать ресурсы для реализации проектов. Владеть навыками стратегического планирования и управления проектами в креативных индустриях; Методами оценки эффективности и устойчивости креативных проектов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Изучение дисциплины **Б1.В.ДВ.02.01 ПРОЕКТЫ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ: СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ** базируется на дисциплинах учебного плана подготовки по направлению подготовки 39.04.03 Организация работы с молодежью, Управление стратегическими проектами в сфере молодёжной политики: Основы государственной молодежной политики в Российской Федерации, Психолого-педагогические основы работы с молодежью. Основные положения дисциплины должны быть в дальнейшем использованы при изучении следующих дисциплин и прохождении практик, а также процедур государственной итоговой аттестации: Организация деятельности молодежных объединений, Работа с научным текстом, Производственная практика.

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ООП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины **Б1.В.ДВ.02.01 Проекты в сфере креативных индустрий: стратегический менеджмент** направлен на формирование компетенций в соответствии с ОПОП ВО по направлению подготовки 39.04.03 Организация работы с молодежью, Управление стратегическими проектами в сфере молодёжной политики.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

УК-2. Разработка и реализация проектов, Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

ПК-2 Способен обеспечивать ресурсное, организационное и методическое сопровождение молодежных инициатив.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесен с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенции	Результаты обучения
УК-2. Разработка и реализация проектов Способен управлять проектом на всех	УК - 2.1. Проводит проблематизацию проекта, определяет и обосновывает цели проекта УК – 2.2. Организует сбор и анализ информации и ресурсов,	Знать - нормы культуры мышления, основы логики, нормы критического подхода, основы методологии научного знания, формы анализа - основные представления о возможных сферах и направлениях

этапах его жизненного цикла	необходимых для реализации проекта УК 2.3. Планирует и организует работу проектной команды в рамках реализации проекта УК 2.4. Выстраивает продуктивное взаимодействие с участниками проекта и партнерами УК 2.5. Оценивает и анализирует результаты реализации проекта на основе подобранных критериев и показателей	саморазвития и профессиональной реализации, путях использования творческого потенциала Уметь - выделять и характеризовать проблемы собственного развития, формулировать цели профессионального и личностного развития, оценивать свои творческие возможности Владеть - основными приемами планирования и реализации необходимых видов деятельности, самооценки профессиональной деятельности; подходами к совершенствованию творческого потенциала
ПК-6 Способен проектировать и внедрять инновационные формы работы с молодежью в сфере культуры и искусства	1) ПК-6.1. Способен анализировать современные тенденции культурной и молодежной среды, выявлять потребности и интересы молодежи в сфере культуры и творчества. 2) ПК-6.2. Умеет разрабатывать инновационные форматы культурно-досуговой, просветительской и социально-творческой деятельности молодежи. 3) ПК-6.3. Способен внедрять и тиражировать эффективные практики проектной, художественно-творческой и просветительской работы с молодежью в учреждениях культуры и общественных организациях.	Знать Современные культурные практики, формы креативного и социального проектирования. Основы культурной политики и культурно-досуговой деятельности молодежи. Технологии интеграции культурных и молодежных инициатив. Уметь Разрабатывать и реализовывать культурно-просветительские и социально-культурные проекты. Привлекать молодежь к созданию и продвижению культурных продуктов. Анализировать и тиражировать успешные инновационные практики. Владеть Методами креативного проектирования и фасилитации групповых процессов. Технологией культурного маркетинга и продвижения инициатив. Навыками коммуникации в межсекторном культурном пространстве.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины

Объем (общая трудоемкость) дисциплины **Б1.В.ДВ.02.01 Проекты в сфере креативных индустрий: стратегический менеджмент** составляет 7 з.е, 252 акад. часа, из них контактных 72 акад.ч., СРС 117 акад.ч., форма контроля – экзамен (2, 3 семестр).

4.2. Структура дисциплины

4.2.1. Структура дисциплины для очной формы обучения

№ п/п	Тема/Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы*, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)/ с указанием занятий, проводимых в интерактивных формах					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лекции	Семинары/ практические	Консультации	ИКР	СРС	
1	Стратегии развития креативных кластеров региона	2	2	2			2	доклад
2	Креативные индустрии как драйвер региональной экономики	2	2	2		4	2	конспект
3	Управление проектами в креативных индустриях	2	2	2				
4	Креативные индустрии как инструмент маркетинга региона	2	2	2/2			2	Рецензия
5	Менеджмент креативных индустрий региона в условиях цифровой трансформации	2	4	2/4			5	Презентация
6	Проектная мастерская	2	2	4/2				
7	Маркетинг и продвижение креативных проектов	3	4	4				
8	Анализ эффективности и устойчивое развитие сектора креативных индустрий региона	3	4	2/4			26	Презентация
9	Тренды и будущее креативных индустрий	3	2	2/2		4	30	Презентация
10	Проектная мастерская	3	2	2			16	Тест
	Зачет	3				6	34	защита авторского проекта

	итого: 108 ч.		28	8/28		8	117	Контроль - 63
--	---------------	--	----	------	--	---	-----	---------------

4.3. Содержание разделов дисциплины

№	Наименование раздела (подраздела, дисциплины)	Содержание
1	Стратегии развития креативных кластеров региона	Концепция креативных кластеров: мировой и российский опыт. Роль кластеров в региональном развитии. Методы анализа регионального потенциала. Инструменты стратегического планирования (SWOT, PEST).
2	Креативные индустрии как драйвер региональной экономики	Вклад креативных индустрий в ВРП. Экономические модели креативных предприятий. Анализ успешных кейсов. Расчет экономического эффекта от реализации креативных проектов.
3	Управление проектами в креативных индустриях	Основы проектного управления. Жизненный цикл проекта. Особенности управления творческими проектами. Разработка паспорта проекта. Формирование команды и управление рисками.
4	Креативные индустрии как инструмент маркетинга региона	Основы маркетинга территорий. Создание и продвижение регионального бренда. Цифровые инструменты продвижения. Работа с сообществами. Разработка плана маркетинговых коммуникаций для креативного кластера или проекта.
5	Менеджмент креативных индустрий региона в условиях цифровой трансформации	Тренды цифровизации (AI, VR, блокчейн) и их применение в креативных индустриях. Разработка предложений по интеграции цифровых технологий в деятельность креативного кластера или проекта.
6	Маркетинг и продвижение креативных проектов	Стратегический бренд-менеджмент: <ul style="list-style-type: none"> · Построение личного бренда творца и бренда креативной студии. · Управление репутацией в эпоху социальных сетей.

		<ul style="list-style-type: none"> · Контент-маркетинг и сторителлинг. · Использование социальных сетей для создания комьюнити. · Data-driven маркетинг: анализ метрик вовлеченности и конверсии. <p>Монетизация и управление доходами:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Многоканальные стратегии монетизации (мерч, лицензирование, live-события). · Управление интеллектуальной собственностью как портфелем активов.
7	Анализ эффективности и устойчивое развитие сектора креативных индустрий региона	<p>Ключевые показатели эффективности (KPI) для креативных проектов:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Финансовые vs. Нематериальные показатели (охват, вовлеченность, лояльность).
8	Тренды и будущее креативных индустрий	<p>Влияние ИИ и технологий (VR/AR, NFT, генеративный дизайн).</p> <ul style="list-style-type: none"> · Глобализация vs. Локализация контента. · Экономика создателей (Creator Economy) и ее перспективы.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1	Стратегии развития креативных кластеров региона Креативные индустрии как драйвер региональной экономики Управление проектами в креативных индустриях	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Семинар	Технология проблемного обучения, технология коллективно творческих дел
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
2	Креативные индустрии как инструмент маркетинга региона Стратегии развития креативных кластеров региона	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Семинар, практическое	Технология проблемного обучения
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
3	Креативные индустрии как драйвер региональной экономики	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии

	Управление проектами в креативных индустриях	Семинар, практическое	Технология коллективно творческих дел
4	Креативные индустрии как инструмент маркетинга региона	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Семинар, практическое	Технология коллективно творческих дел
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
5	<u>Тема 5.</u> Проектная мастерская	Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
		Практическое	Технология проблемного обучения, технология коллективно творческих дел
6	Маркетинг и продвижение креативных проектов	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
7	Анализ эффективности и устойчивое развитие сектора креативных индустрий региона	Семинар практическое	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
8	Тренды и будущее креативных индустрий	Семинар	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
9	Маркетинг и продвижение креативных проектов	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Практическое	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
10	<u>Тема 10.</u> Проектная мастерская	Практическое	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии

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

Текущий контроль выполнения заданий осуществляется регулярно, начиная с первой недели семестра. Текущий контроль освоения отдельных разделов дисциплины осуществляется при помощи оценки участия студентов в дискуссиях, написания эссе, конспектов, создания презентаций. Система текущего контроля успеваемости служит не только оценке уровня компетентностной подготовки обучающегося и способствует в дальнейшем наиболее качественному и объективному оцениванию его в ходе промежуточной аттестации, но и самооценке обучающегося, стимулируя его усилия.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

6.1. Система оценивания

Форма контроля	Компетенция	Оценка
Текущий контроль: - доклад (тема 1 - конспект (тема 2) - рецензия (тема 4) - презентация (темы 5, 9)	УК-2	отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно
	УК-2, ПК-6	отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно
	ПК-2	отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно
	УК-2, ПК-6	отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно
Промежуточная аттестация тест	УК-2, ПК-6	отлично, хорошо, удовлетворительно/неудовлетворительно

6.2. Критерии оценки результатов по дисциплине

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

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

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

Темы заданий для проведения текущего контроля:

Темы докладов:

по теме 1.

Методы диагностики потенциала для создания креативного кластера: анализ ресурсов и конкурентных преимуществ региона.

Роль «якорных резидентов» в формировании и развитии креативного кластера.

Картографирование креативных индустрий и сообществ города/региона как инструмент стратегического планирования.

Сравнительный анализ моделей управления креативными кластерами: государственная, частная и гибридная модели.

Эффективные стратегии реновации промышленных территорий для создания креативных кластеров.

Финансовые модели и инструменты поддержки креативных кластеров: от грантов к венчурным инвестициям.

Стратегия интеграции креативного кластера в городскую среду и социальную ткань города.

Креативный кластер как драйвер развития креативной экономики всего региона: мультипликативный эффект.

Роль образовательных программ и резиденций в развитии креативного кластера.

«Мягкие» стратегии развития кластера: создание сообщества, нетворкинг и коллаборации.

Стратегия позиционирования и брендинга креативного кластера на национальном и международном уровне.

Цифровая стратегия креативного кластера: от виртуального тура до создания онлайн-рынка для продуктов резидентов.

Проблема «джентрификации» и стратегии инклюзивного развития территории вокруг креативного кластера.

Конспект

по теме 2.

На основе, просмотренного на практическом занятии форума «Креативные кластеры и Арт-резиденции» подготовить конспект, ответив на вопросы:

1. Дайте определение креативному кластеру. Какие ключевые характеристики отличают его от просто бизнес-центра или творческого коворкинга?

2. В чем заключается основная цель создания арт-резиденции? Чем она принципиально отличается от креативного кластера по своей сути и задачам?

3. Объясните, как креативный кластер и арт-резиденция могут взаимодействовать и дополнять друг друга на одной территории. Приведите примеры.

<https://yandex.ru/video/preview/10854536941619900170>

Темы рецензии:

А) Клименко, В. А. Креативные кластеры как точки притяжения молодежи в креативной экономике / В. А. Клименко, Т. И. Банникова, Е. А. Чудинова // Креативная экономика. – 2025. – Т. 19, № 11. – DOI 10.18334/ce.19.11.124082. – EDN VEDNAI.

Темы презентаций:

А) Подготовить презентацию с предложением по использованию одной из цифровых технологий (AI, VR или блокчейн) для решения конкретной задачи в креативной индустрии вашего региона.

Б) Разработать план продвижения креативного проекта на 6 месяцев, определив целевую аудиторию, каналы коммуникации и ключевые сообщения.

Тест

1. Что является ключевым активом в креативных индустриях?
 - а) Финансовый капитал
 - б) Недвижимость
 - в) Креативность и интеллектуальная собственность
 - г) Производственные мощности
2. Какая модель управления креативным кластером предполагает совместное финансирование и управление со стороны государства и частного бизнеса?
 - а) Государственная
 - б) Частная
 - в) Гибридная (ГЧП)
 - г) Кооперативная
3. Основная цель арт-резиденции — это:
 - а) Получение максимальной прибыли от продажи произведений искусства
 - б) Предоставление художникам времени, пространства и ресурсов для создания новых работ
 - в) Организация массовых развлекательных мероприятий
 - г) Подготовка художников к поступлению в университет
4. Что из перечисленного НЕ является характерной чертой креативного кластера?
 - а) Концентрация компаний и специалистов из смежных областей
 - б) Жесткая иерархическая структура управления
 - в) Стимулирование коллабораций и обмена знаниями
 - г) Создание синергетического эффекта
5. Какой аналитический инструмент лучше всего подходит для описания и проектирования бизнес-модели стартапа в креативных индустриях?
 - а) PESTLE-анализ
 - б) Матрица БКГ
 - в) Business Model Canvas
 - г) Матрица Ансоффа
6. Что такое «якорный резидент» кластера?
 - а) Самый крупный по площади арендатор
 - б) Ключевой участник, который привлекает в кластер других резидентов и аудиторию
 - в) Резидент, занимающийся морской тематикой
 - г) Управляющая компания кластера

7. Стратегия «Голубого океана» в креативных индустриях направлена на:

а) Завоевание доли рынка в жесткой конкуренции
б) Создание нового рыночного пространства, где конкуренция отсутствует

в) Снижение издержек производства

г) Копирование успешных бизнес-моделей конкурентов

8. Какой из перечисленных рисков наиболее специфичен для управления креативными проектами?

а) Валютный риск

б) Риск невыполнения проекта в срок из-за творческого поиска

в) Риск изменения налогового законодательства

г) Производственный брак

9. Что из перечисленного является примером монетизации в креативных индустриях?

а) Продажа билетов на концерт

б) Краудфандинговая кампания

в) Продажа мерча (сувенирной продукции)

г) Все перечисленное

10. Потенциальный негативный социальный эффект от успешного развития креативного кластера — это:

а) Увеличение налоговых поступлений

б) Создание новых рабочих мест

в) Джентрификация

г) Повышение туристической привлекательности

11. Какой показатель НЕ является ключевым для оценки успеха арт-резиденции?

а) Количество созданных резидентами работ

б) Количество упоминаний в СМИ

в) Рост стоимости акций управляющей компании на бирже

г) Удовлетворенность резидентов от пребывания

12. PESTLE-анализ в контексте креативных индустрий учитывает:

а) Только политические факторы

б) Только экономические факторы

в) Политические, экономические, социальные, технологические, правовые и экологические факторы

г) Только внутренние факторы компании

13. Основная задача стратегического менеджера в креативном проекте — это:

а) Выполнять всю творческую работу вместо команды

б) Находить баланс между художественными целями и коммерческой целесообразностью

в) Контролировать каждый этап творческого процесса

г) Минимизировать все возможные риски, полностью исключив эксперименты

14. Что такое «open studio» в рамках арт-резиденции?
- а) Круглосуточный доступ резидентов в мастерскую
 - б) Мероприятие, где резиденты представляют публике свои работы в процессе или по итогу пребывания
 - в) Бесплатные мастер-классы для всех желающих
 - г) Открытая архитектурная планировка кластера
15. Какой из перечисленных элементов НЕ входит в цепочку создания стоимости в креативных индустриях?
- а) Генерация идеи
 - б) Добыча сырья
 - в) Производство и дистрибуция
 - г) Продвижение и монетизация
16. PESTLE-анализ в контексте креативных индустрий учитывает:
- а) Только политические факторы
 - б) Только экономические факторы
 - в) Политические, экономические, социальные, технологические, правовые и экологические факторы
 - г) Только внутренние факторы компании
17. КРІ (Ключевой показатель эффективности) для креативного кластера может включать:
- а) Количество коллабораций между резидентами
 - б) Общий оборот компаний-резидентов
 - в) Удовлетворенность резидентов инфраструктурой
 - г) Все перечисленное
18. Что из перечисленного является примером «мягкой» инфраструктуры кластера?
- а) Система отопления и водоснабжения
 - б) Программа мероприятий и нетворкинга
 - в) Высокоскоростной интернет
 - г) Отремонтированные производственные цеха
19. Принцип «Nobody Knows» («Никто не знает») в креативных индустриях означает, что:
- а) У создателей нет профессионального образования
 - б) Команда проекта плохо коммуницирует
 - в) Сложно предсказать, будет ли проект коммерчески успешным
 - г) Менеджеры скрывают информацию от команды
20. Основной источник финансирования большинства арт-резиденций — это:
- а) Прибыль от продажи произведений искусства резидентов
 - б) Государственные гранты, фонды и частные доноры
 - в) Банковские кредиты
 - г) Венчурные инвестиции
21. Для узкоспециализированного IT-кластера наиболее важным является:
- а) Разнообразие художественных галерей

- б) Наличие сильного университета и пула талантливых разработчиков
- в) Близость к сырьевым ресурсам
- г) Развитая сеть театров и музеев

22. Что такое VRIO-анализ?

- а) Анализ цепочки создания стоимости
- б) Анализ внутренних ресурсов и устойчивых конкурентных

преимуществ

- в) Анализ макросреды
- г) Анализ портфеля проектов

23. Целью краудфандинговой кампании для креативного проекта может быть:

- а) Привлечение венчурных инвестиций
- б) Получение банковского кредита под залог имущества
- в) Фандрайзинг и валидация спроса на идею
- г) Проведение IPO

24. Что из перечисленного НЕ является типичной функцией управляющей компании кластера?

- а) Привлечение резидентов и курирование сообщества
- б) Разработка и реализация образовательных программ
- в) Непосредственное создание контента вместо резидентов
- г) Организация мероприятий и продвижение кластера

25. Мультипликативный эффект от креативного кластера проявляется в:

- а) Росте цен на недвижимость в округе
- б) Развитии смежных отраслей (кафе, транспорт, ритейл)
- в) Увеличении налоговых поступлений в городской бюджет
- г) Все перечисленное

26. При отборе заявок в арт-резиденцию жюри в первую очередь обращает внимание на:

- а) Коммерческий потенциал будущей работы
- б) Качество портфолио и актуальность творческого предложения
- в) Национальность художника
- г) Наличие у художника бизнес-образования

27. Agile-подход в управлении креативным проектом предполагает:

- а) Жесткое следование первоначальному плану
- б) Итеративную разработку, гибкость и адаптацию к изменениям
- в) Полное отсутствие сроков и бюджетов
- г) Централизованное принятие всех решений менеджером

28. Что из перечисленного можно отнести к креативным индустриям?

- а) Разработка видеоигр
- б) Производство автомобилей
- в) Добыча нефти
- г) Сельское хозяйство

29. Тактика «кросс-промоушена» между резидентами кластера выгодна, потому что:

- а) Позволяет делиться друг с другом бюджетом

- б) Позволяет обмениваться помещениями
- в) Позволяет объединять аудитории и усиливать маркетинговый эффект
- г) Позволяет платить меньше налогов

30. Интеллектуальная собственность в креативном проекте — это:

- а) Физические активы (оборудование, недвижимость)
- б) Нематериальные активы, охраняемые законом (авторские права, товарные знаки)
- в) Человеческий капитал
- г) Денежные средства на счетах

Итоговая аттестация: Проводится в форме защиты итогового проекта — комплексной стратегии развития креативных индустрий для конкретного региона.

Требования к презентации итогового проекта: Комплексная стратегия развития креативных индустрий региона

1. Общие параметры

- Формат: Презентация в PowerPoint или аналогах.
- Объем: 15-20 слайдов (без учета титульного и заключительного).
- Время на выступление: 10-15 минут.
- Цель презентации: Продемонстрировать логику, ключевые insights и практическую ценность стратегии, убедив комиссию (условных «инвесторов» или «чиновников») в ее реализуемости и эффективности.

2. Ключевые критерии оценки

- Лаконичность и ясность: Тезисное изложение, отсутствие «сплошного» текста.
- Визуальная коммуникация: Использование графиков, схем, карт, инфографики.
- Логика и структура: Четкое следование повествованию от проблемы к решению.
- Убедительность и глубина проработки: Ключевые выводы подкреплены данными анализа.
- Ораторское мастерство: Свободное владение материалом, ответы на вопросы.

Структура и содержание презентации

Слайд 1. Титульный лист

- Название проекта: «Комплексная стратегия развития креативных индустрий для [Название региона]».

- ФИО исполнителя, группа, название вуза/курса.

- Логотип (можно создать стилизованный для проекта).

Слайд 2. Введение и резюме

- Главный тезис: Почему этот регион нуждается в этой стратегии?

- Миссия проекта: 1-2 предложения, отражающие видение будущего (например: «Превратить [регион] в международный центр экологического дизайна и цифрового сторителлинга»).

- Ключевое предложение: Самая яркая идея вашей стратегии (например: «Через создание кластера на базе заброшенного завода и запуск арт-резиденции для привлечения международных талантов»).

Слайд 3. Актуальность и диагностика. Ключевые выводы

- Визуальный элемент: Упрощенная SWOT-матрица (4 ключевых пункта: по одному на S, W, O, T).

- Что показать: Самые главные силы, слабости, возможности и угрозы, выявленные в аналитическом модуле. Не перечислять все, только критически важные для вашей стратегии.

Слайд 4. Целевой образ будущего

- Визуальный элемент: Яркая, амбициозная фраза-слоган и иконки/пиктограммы, символизирующие изменения.

- Что показать: Каким станет регион через 5 лет? (Пример: «Узнаваемый бренд», «Точка притяжения талантов», «Драйвер малого бизнеса»).

Слайд 5. Стратегические цели и KPI

- Визуальный элемент: Таблица или 3-4 блока с иконками.

- Что показать: 3-4 ключевые цели и измеримые показатели к ним.

- Цель 1: Развитие инфраструктуры → KPI: Создание 1 кластера и 2 арт-резиденций.

- Цель 2: Рост экспорта → KPI: Увеличение доли КИ в ВРП на 1.5%.

- Цель 3: Кадры → KPI: Запуск 2 образовательных программ.

Слайд 6. Ключевая инициатива №1: Инфраструктурный хаб (Кластер)

- Визуальный элемент: Схема кластера, фото-коллаж предполагаемой территории, скетч концепции.

- Что показать:
- Концепция: Название, основная идея.
- Локация: Где и почему?
- Якорные резиденты: Кто может стать магнитом?
- Модель управления: ГЧП, частная и т.д.

Слайд 7. Ключевая инициатива №2: Программа арт-резиденций

- Визуальный элемент: Логотип/название программы, фото подобных мероприятий.

- Что показать:
- Специализация: На что сделана ставка (например, science-art, публич-арт)?
- Целевая аудитория: Для кого?
- Ожидаемый результат: Что даст региону?

Слайд 8. Ключевая инициатива №3: Образовательный и кадровый блок

- Визуальный элемент: Инфографика «пути творческого предпринимателя» в регионе.

- Что показать: Краткое описание программ (акселератор, менторство, партнерство с вузами).

Слайд 9. План продвижения и брендинга территории

- Визуальный элемент: Эскиз бренда (шрифт, цвета), лозунг, ключевые визуалы.

- Что показать: 2-3 ключевых мероприятия/инструмента (например, ежегодный фестиваль, сотрудничество с блогерами, целевая кампания в профессиональных медиа).

Слайд 10. Дорожная карта на первый год

- Визуальный элемент: Горизонтальная временная шкала (timeline) с кварталами.

- Что показать: 5-7 ключевых вех (например: Q1 – Создание рабочей группы; Q2 – Подписание соглашения с инвестором; Q3 – Старт конкурса на концепцию кластера; Q4 – Запуск первой пилотной резиденции).

Слайд 11. Финансовые аспекты

- Визуальный элемент: Диаграмма (pie chart) с примерной структурой финансирования.

- Что показать:
 - Примерный объем инвестиций: Общая сумма.
 - Источники финансирования: Доля бюджета, частных инвестиций, грантов.
 - Принцип окупаемости: Как проект будет генерировать value (прямые доходы, рост налогов, создание jobs).

Слайд 12. Оценка эффективности

- Визуальный элемент: Таблица с 3-4 ключевыми KPI и целевыми значениями на 3 года.
- Что показать: Экономические, социальные и имиджевые показатели (оборот компаний-резидентов, новые рабочие места, упоминания в федеральных СМИ).

Слайд 13. Управление рисками

- Визуальный элемент: Таблица с 3-4 ключевыми рисками и краткими мерами по их mitigation.
- Что показать: Риск → Мероприятие (Пример: Риск: Недостаток финансирования → Мера: Разработка краудфандинговой кампании и поиск международных грантов).

Слайд 14. Заключение и следующие шаги

- Визуальный элемент: Крупный, мотивирующий слайд.
- Что показать:
 - Ключевое сообщение: Краткое повторение главной ценности стратегии.

- Призыв к действию: Что необходимо сделать в первую очередь? (Например: «Сформировать рабочую группу для проработки деталей проекта кластера»).

Слайд 15. Спасибо за внимание! Вопросы?

- Контакты для обратной связи (e-mail, Telegram).
- Чистый, профессиональный дизайн.

3. Требования к дизайну и подаче

- Единый визуальный стиль: Использование единой цветовой палитры, шрифтов (не более 2-х), фона.

- Минимум текста: Использование тезисов, буллитов, ключевых слов.

Слайды – это опора для выступающего, а не его доклад.

- Визуальный контент: Фотографии, диаграммы, схемы, иконки. Все графики должны быть подписаны и понятны.

- Профессионализм: Проверка орфографии и пунктуации. Отсутствие «скачанных из интернета» шаблонов с водяными знаками.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Список литературы и источников

Основная:

1. Коноплева, Н. А. Организация социокультурных проектов для детей и молодежи : учебное пособие для вузов / Н. А. Коноплева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 249 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19796-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].

Дополнительная:

1. Акунина Ю.А., Ванина О.В. Проектирование креативных общественных пространств: социально-культурный подход // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. - 2019. - № 3 (89). - С. 167–174.

2. Анализ стратегических возможностей глобального рынка “Smart City” до 2025 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://science.pnzgu.ru/files/science.pnzgu.ru/05_02__mksim_perevezencev.pdf (дата обращения: 14.04.2020).

Нормативно-правовые документы

Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 23.04.2025 №266 «Об утверждении перечня видов экономической деятельности в сфере креативных (творческих) индустрий на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности»

URL:https://www.economy.gov.ru/media/department/d04/kreativnyy_ekonomik/normativnyy_privovyy_biz/.

Федерация креативных индустрий: офиц. сайт. URL: <https://www.creative-russia.ru/>

Президентский фонд культурных инициатив: офиц. сайт. URL: <https://xn--80beeqbljrdbg63hhcl4y9hsxn--p1i>.

Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 №2613-р (ред. от 21.10.2024) «Об утверждении Концепции развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года» URL: <https://invest19.ru/upload/iblock/8f6/lmg0n7y0m9nzxw8emiw91qq13v7f7v28.pdf>.

Указ Президента РФ от 9 ноября 2022 года №809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» URL:<http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502>.

Федеральный закон от 08.08.2024 №330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации». Вступил в силу 5 февраля 2025 года URL: <https://www.government.ru/products/ipo/prime/doc/409395175/>.

Научные публикации

Акунина Ю.А. Креативные досуговые практики в создании развивающей творческой среды общественных городских пространств // Вузы культуры и искусств в международном гуманитарном сотрудничестве: диалог культур России и Китая: Сборник статей Международного конгресса (Москва, 15 – 18 октября 2024 г.). Москва: МГИК, 2024. С. 131 – 139.

Акунина Ю.А. Культура VS креативные индустрии // Дайджест креативных индустрий /Высшая школа экономики, Институт развития креативных индустрий. Москва, 2025. № 13. С.12 – 13.

Акунина Ю.А. Проектирование программ профессиональной подготовки специалистов в сфере креативных индустрий // Педагогика культуры: теоретические основания и инновационный потенциал: монография. Москва: МГИК, 2024. С. 143 – 144. (Серия: «Труды Научного центра РАО на базе МГИК»).

Акунина Ю.А., Кудрина Е.Л. Новые тренды в деятельности вузов культуры и искусств по подготовке креативных специалистов (научная статья) // Практика социально-культурной деятельности в условиях цифровой трансформации: сборник материалов круглого стола / Казанский государственный институт культуры; Сост.: Г.В. Матвеева, Л.А. Каюмова, Н.В. Борисова; науч. ред. Р.С. Гарифуллина, А.Р. Мансурова. Казань: КазГИК, 2024. С.89-96.

Акунина, Ю.А., Ванина, О.В. Проектирование креативных общественных пространств: социально-культурный подход // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2019. № 3 (89). С.167-173.

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент как технология креативной экономики: монография. Москва: Академический проект, 2021. 279 с.

Сумина Т.Н. Арт-менеджмент: реализация государственной политики в сфере культуры и искусства: монография. Москва: Академический проект, 2017. 167 с.

Сумина Т.Н. Арт-менеджмент: теория и практика: учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства. Москва: Академический проект, 2020. 655 с.

Сумина Т.Н. Креативные индустрии в контексте вызовов современности //Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2025. № 2. С 69-78.

Сумина Т.Н. Креативный продюсер как агент и субъект ценностно-ориентированной экономики //Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2025. № 3. С. 77-90.

Ярошенко Н.Н. Воспитательный потенциал творческих индустрий в контексте культуры постиндустриальной эпохи //Индустрия досуга: теоретические подходы и актуальные практики. Москва: МГИК, 2020. С.6-14.

Ярошенко Н.Н. Историко-педагогическое осмысление социально-культурной деятельности: на пути к педагогике культуры: монография. Москва: МГИК, 2024. 260 с.

Ярошенко Н.Н. Педагогика культуры в общем контексте общей педагогики //Педагогика культуры: теоретические основания и инновационный потенциал: монография. Москва: МГИК, 2024. С. 13-30. (Серия: «Труды Научного центра РАО на базе МГИК»).

Ярошенко Н.Н., Мацукевич О.Ю. Инклюзивные креативные практики в развивающем пространстве российской культуры // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2022. № 5. С.133-141.

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

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

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

Операционные системы:

Windows 7 Profession

Пакет офисных программ:

ABBYY FineReader 14 Business 1 year (Per Seat) Academic

Microsoft Office 2016 Outlook

Microsoft Office 2016 Word

Microsoft Office 2016 Excel

Microsoft Office 2016 PowerPoint

Электронная библиотечная система Book.ru: <http://www.book.ru/>
Электронная библиотека диссертаций Российской Государственной библиотеки: <http://diss.rsl.ru/>
Университетская библиотека: <http://www.biblioclub.ru/>
Научная электронная библиотека e-libr.ru: <http://www.e-libr.ru/>
Университетская информационная система России: <http://uisrussia.msu.ru/>
Электронный ресурс издательства Springer: <http://www.springerlink.com/>
Единое окно доступа к образовательным ресурсам: <http://window.edu.ru/>

Доступ в ЭБС:

- ЛАНЬ Договор с ООО «Издательство Лань» Режим доступа www.elnbook.com Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей.
- ЭБС ЮРАЙТ, Режим доступа www.biblio-online.ru Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей.
- ООО НЭБ Режим доступа www.eLIBRARY.ru Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Планы семинарских

Семинарские занятия:

Семинар 1: Введение. Специфика управления в креативных индустриях

Цель: Понять уникальные вызовы и возможности менеджмента в проектах, где творчество встречается с бизнесом.

План:

1. Вводная дискуссия (20 мин):
 - Что такое «креативный проект»? Чем управление им отличается от управления строительством дома или запуска стандартного IT-продукта?
 - Личный опыт: Сталкивались ли вы с ситуацией, когда творческий подход конфликтовал с бюджетом или сроками?
2. Теоретический блок (30 мин):
 - Обзор ключевых концепций: «Экономика внимания», «Nobody Knows Principle» (Принцип «Никто не знает»), баланс искусства и коммерции.
 - Обсуждение моделей управления творческими коллективами (менеджер-продюсер vs. менеджер-администратор).
3. Групповая работа: Анализ кейса (40 мин):
 - Кейс: Запуск независимого музыкального альбома / создание модной коллекции молодым дизайнером.
 - Задание для групп: Составьте список ключевых стейкхолдеров проекта и проанализируйте их интересы. Какие главные риски (творческие, финансовые, рыночные) вы видите?
4. Презентация и обсуждение (30 мин):
 - Группы представляют свои списки рисков и стейкхолдеров.

- Совместный вывод: Какие общие черты управления креативными проектами мы выявили?

Семинар 2: Бизнес-модели и стратегии роста в КИ

Цель: Научиться применять инструменты стратегического анализа и проектировать жизнеспособные бизнес-модели.

План:

1. Разбор инструментов (30 мин):

- Инструкция по работе с Business Model Canvas (канвас бизнес-модели) на примере стриминговой платформы (например, Spotify).
- Обсуждение стратегии «Голубого океана»: как найти незанятую нишу?

2. Практикум: «Собери свою модель» (50 мин):

- Задание: Разработайте бизнес-модель для одного из проектов:
 - Онлайн-галерея для цифровых художников.
 - Городской фестиваль уличного искусства.
 - Студия по созданию подкастов.
- Работа в группах по 3-4 человека с использованием флипчартов или Miro.

3. Питчинг идей (40 мин):

- Каждая группа представляет свою бизнес-модель за 5 минут.
- Группам-оппонентам задаются вопросы: «В чем ваше уникальное ценностное предложение?», «Как вы будете привлекать первую аудиторию?».

Семинар 3: Креативные кластеры: от теории к практике

Цель: Разобраться на реальных примерах, как работают, развиваются и влияют на город креативные кластеры.

План:

1. Мини-лекция: «Архитектура кластера» (20 мин):

- Модели управления, роль якорных резидентов, физическая и социальная инфраструктура.

2. Работа в группах с кейсами (60 мин):

- Группа 1: «Севкабель Порт» (Санкт-Петербург). Задание: Проанализировать стратегию позиционирования и программу мероприятий. Как она создает сообщество?

- Группа 2: «Красный Октябрь» (Москва). Задание: Проанализировать трансформацию территории и текущий tenant mix (состав резидентов). Есть ли проблемы?

- Группа 3: «Ткачи» / «Этажи» (Санкт-Петербург). Задание: Проанализировать эволюцию кластера. Какие уроки можно извлечь из его истории?

- Группа 4: Зарубежный кейс (на выбор): Wynwood (Майами), 798 Art Zone (Пекин).

3. Презентация аналитических выводов (40 мин):

- Группы представляют свои находки. Фокус на ответе: «Что сделало этот кластер успешным (или привело к трудностям), и какие универсальные принципы мы можем из этого извлечь?».

Семинар 4: Арт-резиденции как драйверы развития

Цель: Понять экосистемную роль арт-резиденций и механизмы их работы.

План:

1. Блиц-опрос (15 мин):

- Чем арт-резиденция отличается от гранта? От творческого отпуска? От образовательного курса?

2. Работа с документами и стратегиями (45 мин):

- Группы изучают реальные материалы:
 - Пример положения о конкурсе в арт-резиденцию (цели, условия, критерии отбора).
 - Пример отчета резидента или публичной программы (open studio, выставка).
- Задание: Проанализировать, как в этих документах отражаются цели резиденции. Кого она ищет и что предлагает?

3. Деловая игра: «Экспертный совет» (50 мин):

- Сценарий: Вы — экспертный совет, который должен выбрать 3-х финалистов из 10 заявок (кейсы заявок подготовлены заранее) на участие в резиденции с фокусом на «искусство и новые технологии».
- Группы обсуждают заявки по заданным критериям (качество портфолио, актуальность идеи, потенциал развития в рамках резиденции) и защищают свой выбор.

4. Рефлексия (10 мин):

- С какими сложностями столкнулся «экспертный совет»? Легко ли оценивать творческие проекты объективно?

Семинар 5: Стратегический менеджмент креативного проекта: от идеи до реализации

Цель: Закрепить полученные знания через разработку стратегического плана для собственного креативного проекта.

План:

1. Инструктаж (15 мин):

- Объяснение финального задания: разработать презентацию стратегического плана для креативного проекта.

2. Интенсивная групповая работа (70 мин):

- Студенты объединяются в команды по 3-4 человека.
- Задание: Используя все пройденные инструменты, разработать проект по одному из направлений:
 - Создание нового креативного кластера в вашем городе (с концепцией и бизнес-моделью).
 - Разработка арт-резиденции с определенной тематикой (например, «Экология и паблик-арт»).
 - Запуск коммерческого креативного проекта (стартап в сфере иммерсивного театра, цифровой моды и т.д.).
- Структура плана: Идея и ценность, анализ аудитории и конкурентов, бизнес-модель, план продвижения, ключевые метрики успеха.

3. Финальные питчи (35 мин):

- Команды представляют свои стратегические планы (по 7 минут на выступление).
- Преподаватель и другие студенты выступают в роли инвесторов, задают вопросы по реализации и устойчивости проекта.

Практические занятия

Паспорт креативного проекта (фестиваль, открытие кластера, запуск образовательной программы), включив разделы: цели, задачи, бюджет, план-график, стейкхолдеры.

Анализ успешных кейсов. Расчет экономического эффекта от реализации креативных проектов.

SWOT-анализ потенциала развития креативных индустрий в выбранном регионе и сформулируйте ключевые цели для создания креативного кластера.

Концепция креативного кластера для конкретного региона.

8.2. Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя такие виды и формы как: подготовка к дискуссии, конспектирование изучаемой литературы, аналитический обзор новой литературы по изучаемой теме, подготовка к практическому занятию, подготовка к дискуссии, написание эссе.

В ходе лекционных занятий следует вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Следует дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. В ходе подготовки к семинарам изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д.

Подготовить тезисы для выступлений по всем вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю. Составить план-конспект своего выступления.

Практические занятия позволяют развивать у студентов творческое теоретическое мышление, умение самостоятельно изучать литературу, анализировать практику; учат четко формулировать мысль, вести дискуссию, то есть имеют исключительно важное значение в развитии самостоятельного мышления.

Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе

самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна.

Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику и тем самым проникнуть в творческую лабораторию автора. Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

План – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

Требования к компьютерной презентации:

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

Презентация оформляется по определенной структуре:

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

Требования к конспекту:

Конспект – это систематическая, логически связанная запись, объединяющая план, выписки, тезисы или, по крайней мере, два из этих типов записи. Исходя из определения, выписки с отдельными пунктами плана, если

в целом они не отражают логики произведения, если между отдельными частями записи нет смысловой связи, - это не конспект.

В отличие от тезисов и выписок, конспекты при обязательной краткости содержат не только основные положения и выводы, но и факты, и доказательства, и примеры, и иллюстрации. Поэтому то, что в начале кажется второстепенным, может со временем оказаться ценным и нужным. С другой стороны, утверждение, не подкрепленное фактом или примером, не будет убедительным и трудно запоминается.

Типы конспектов:

- Плановый.
- Текстуальный.
- Свободный.
- Тематический.

Краткая характеристика типов конспектов:

1. Плановый конспект: являясь сжатым, в форме плана, пересказом прочитанного, этот конспект – один из наиболее ценных, помогает лучше усвоить материал еще в процессе его изучения. Он учит последовательно и четко излагать свои мысли, работать над книгой, обобщая содержание ее в формулировках плана. Такой конспект краток, прост и ясен по своей форме. Это делает его незаменимым пособием при быстрой подготовке доклада, выступления. Недостаток: по прошествии времени с момента написания трудно восстановить в памяти содержание источника.

2. Текстуальный конспект – это конспект, созданный в основном из отрывков подлинника – цитат. Это прекрасный источник дословных высказываний автора и приводимых им фактов. Текстуальный конспект используется длительное время. Недостаток: не активизирует резко внимание и память.

3. Свободный конспект представляет собой сочетание выписок, цитат, иногда тезисов, часть его текста может быть снабжена планом. Это наиболее полноценный вид конспекта.

4. Тематический конспект дает более или менее исчерпывающий ответ на поставленный вопрос темы. Составление тематического конспекта учит работать над темой, всесторонне обдумывая ее, анализируя различные точки зрения на один и тот же вопрос. Таким образом, этот конспект облегчает работу над темой при условии использования нескольких источников.

Как составить конспект:

- прочитайте текст учебника;
- определите в тексте главное содержание, основные идеи, понятия, закономерности, формулы и т.д.;
- выделите взаимосвязи;
- основное содержание каждого смыслового компонента законспектируйте в виде кодированной информации после наименования темы в тетради;
- прочтите еще раз текст и проверьте полноту выписанных идей;

- сформулируйте не менее трех вопросов разного уровня сложности, запишите вопросы в тетрадь;
- каждому вопросу определите значок степени сложности и найдите возможный ответ;
- внимательно прочитайте материал;
- определите основные смысловые части учебной информации по плану общей схемы;
- определите центральную часть О.К., т.е. его «ассоциативный узел» в виде систематического класса и его особенностей;
- определите цель составления конспекта.

Читая изучаемый материал в первый раз, подразделяйте его на основные смысловые части, выделяйте главные мысли, выводы.

Если составляется план-конспект, сформулируйте его пункты и определите, что именно следует включить в план-конспект для раскрытия каждого из них.

Наиболее существенные положения изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат.

В конспект включаются не только основные положения, но и обосновывающие их выводы, конкретные факты и примеры (без подробного описания).

Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, вместо цитирования делать лишь ссылки на страницы конспектируемой работы, применять условные обозначения.

Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы "ступеньками" подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

Используйте реферативный способ изложения (например: «Автор считает...», «раскрывает...»).

Собственные комментарии, вопросы, раздумья располагайте на полях.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.

При изучении дисциплины обучающимися используются следующие информационные технологии:

- аудиовизуальное представление обучающимся с помощью компьютера содержания отдельных тем дисциплины на лекционных занятиях;
- предоставление обучающимся доступа к учебному плану, рабочей программе дисциплины в электронной форме, к электронно-библиотечной системе института, содержащей учебно-методические материалы по дисциплине в электронной форме, к информационным справочным системам, которые используются при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, посредством электронной информационно-образовательной

среды института из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

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

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

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

Word, Excel, Power Point;

Adobe Photoshop;

Adobe Premiere;

Power DVD;

Media Player Classic.

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

Учебные занятия по дисциплине проводятся в аудиториях, оснащенных видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения и экраном (видеопроектор; ноутбук; экран).

Аудитории для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду МГИК.

11. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

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

- для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;

- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;

- зачёт проводится в устной форме или выполняются тестовые задания.

- для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;

- зачёт проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;

- зачёт проводится в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

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

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

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

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

- для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;

- в форме электронного документа;

- в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;

- в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;

- в форме электронного документа;

- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены

специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

Программа одобрена на заседании кафедры педагогической теории и практики социально-культурной деятельности

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02.01 Проекты в сфере креативных индустрий: стратегический менеджмент

39.04.03 Организация работы с молодежью

ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ

Управление стратегическими проектами в сфере молодёжной политики

Цель освоения дисциплины. Целью программы является формирование и совершенствование профессиональных компетенций в области стратегического управления и разработки комплексных решений для развития креативных индустрий в регионах Российской Федерации.

Задачи дисциплины: Теоретические основы и современные тенденции развития креативных индустрий в России и мире; Принципы стратегического менеджмента, бизнес-моделирования и маркетинга территорий; Правовые и финансовые механизмы поддержки проектов в сфере креативных индустрий. Проводить анализ регионального потенциала для развития креативных индустрий; Разрабатывать стратегии и дорожные карты развития креативных кластеров; Применять инструменты проектного управления и привлекать ресурсы для реализации проектов. Владеть навыками стратегического планирования и управления проектами в креативных индустриях; Методами оценки эффективности и устойчивости креативных проектов.

Изучение дисциплины **Б1.В.ДВ.02.01 ПРОЕКТЫ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ: СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ** базируется на дисциплинах учебного плана подготовки по направлению подготовки 39.04.03 Организация работы с молодежью, Управление стратегическими проектами в сфере молодёжной политики: Основы государственной молодежной политики в Российской Федерации, Психолого-педагогические основы работы с молодежью. Основные положения дисциплины должны быть в дальнейшем использованы при изучении следующих дисциплин и прохождении практик, а также процедур государственной итоговой аттестации: Организация деятельности молодежных объединений, Работа с научным текстом, Производственная практика.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

УК-2. Разработка и реализация проектов, Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

ПК-2 Способен обеспечивать ресурсное, организационное и методическое сопровождение молодежных инициатив.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесен с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенции	Результаты обучения
УК-2. Разработка и реализация проектов Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК - 2.1. Проводит проблематизацию проекта, определяет и обосновывает цели проекта УК – 2.2. Организует сбор и анализ информации и ресурсов, необходимых для реализации проекта УК 2.3. Планирует и организует работу проектной команды в	Знать - нормы культуры мышления, основы логики, нормы критического подхода, основы методологии научного знания, формы анализа - основные представления о возможных сферах и направлениях саморазвития и профессиональной реализации, путях использования творческого потенциала

	<p>рамках реализации проекта</p> <p>УК 2.4. Выстраивает продуктивное взаимодействие с участниками проекта и партнерами</p> <p>УК 2.5. Оценивает и анализирует результаты реализации проекта на основе подобранных критериев и показателей</p>	<p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - выделять и характеризовать проблемы собственного развития, формулировать цели профессионального и личностного развития, оценивать свои творческие возможности <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - основными приёмами планирования и реализации необходимых видов деятельности, самооценки профессиональной деятельности; подходами к совершенствованию творческого потенциала
<p>ПК-6 Способен проектировать и внедрять инновационные формы работы с молодежью в сфере культуры и искусства</p>	<p>1) ПК-6.1. Способен анализировать современные тенденции культурной и молодежной среды, выявлять потребности и интересы молодежи в сфере культуры и творчества.</p> <p>2) ПК-6.2. Умеет разрабатывать инновационные форматы культурно-досуговой, просветительской и социально-творческой деятельности молодежи.</p> <p>3) ПК-6.3. Способен внедрять и тиражировать эффективные практики проектной, художественно-творческой и просветительской работы с молодежью в учреждениях культуры и общественных организациях.</p>	<p>Знать</p> <p>Современные культурные практики, формы креативного и социального проектирования. Основы культурной политики и культурно-досуговой деятельности молодежи.</p> <p>Технологии интеграции культурных и молодежных инициатив.</p> <p>Уметь</p> <p>Разрабатывать и реализовывать культурно-просветительские и социально-культурные проекты. Привлекать молодежь к созданию и продвижению культурных продуктов. Анализировать и тиражировать успешные инновационные практики.</p> <p>Владеть</p> <p>Методами креативного проектирования и фасилитации групповых процессов. Технологиями культурного маркетинга и продвижения инициатив. Навыками коммуникации в межсекторном культурном пространстве.</p>

Объем (общая трудоемкость) дисциплины **Б1.В.ДВ.02.01 Проекты в сфере креативных индустрий: стратегический менеджмент** составляет 7 з.е, 252 акад. часа, из них контактных 72 акад.ч., СРС 117 акад.ч., форма контроля – экзамен (2, 3 семестр).