Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 03.09.2025 13:00:41
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Институт издательского дела и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Директор

/Е.Л. Хохлогорская/

«27» февраля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Креативные индустрии и креативный бизнес

Направление подготовки
42.04.03 Издательское дело

Профиль
Современный издательский процесс: инновационные практики

Квалификация
Магистр

Форма обучения
Очная
Очно-заочная

Москва
2025

Разработчик:

К.э.н., доцент /Е.Е. Егорова/

Согласовано:

Заведующий кафедрой «Издательское дело и книговедение», к.ф.н., доцент /И.Л.Шурыгина/

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель изучения дисциплины – освоение обучающимися основ функционирования и взаимодействия между различными организациями сектора культурных и креативных индустрий, а также развитие данных секторов в глобальной экономике. Культурные и креативные индустрии (в трактовке ЮНКТАД, 2010) представляют собой динамично развивающиеся направления бизнеса в отраслях медиа, дизайна, культурного производства и наследия, индустрии развлечений и пр.

Структура курса построена с учетом глобальных тенденций развития креативных индустрий, и в то же время имеет сравнительную перспективу (оценка развития культурных и креативных индустрий в России и в других странах).

Программа дает студентам представление о различных взглядах на культуру, об изменении роли, форм и содержания культурных и креативных индустрий в современном обществе. В курсе рассматриваются теоретические основы развития креативных индустрий, возникновение, развитие и перспективы творческих индустрий на глобальном, региональном, национальном и местном уровнях.

Темы курса охватывают вопросы, связанные с процессами культурного производства, культурной политики, предоставляет студентам возможности для изучения и анализа взаимодействия культуры, бизнеса и политики.

К числу основных **задач** освоения дисциплины относятся:

- познакомить обучающихся с основными формами и видами креативных индустрий;
- сформировать у обучающихся компетенции в области и практики креативного бизнеса;
- познакомить обучающихся с особенностями принципов построения и реализации культурной политики в современных условиях.

Обучение по дисциплине «Креативные индустрии и креативный бизнес» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
ПК-1. Способен организовывать и координировать процесс создания медиапродукта любого уровня сложности в разных медиа	ИПК - 1.1 Владеет приемами и методами работы с персоналом, методами оценки результативности его труда ИПК - 1.2 Координирует работу по подготовке и продвижению медиапродукта ИПК - 1.3 Обеспечивает внедрение инновационных технологий в издательскую деятельность
ПК-2. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере издательского дела	ИПК - 2.1 Анализирует проекты, предлагаемые авторами, и принимает решения о создании медиапродукта или о его отклонении ИПК - 2.2 Выявляет общественную потребность в издательской продукции и оценивать покупательский спрос ИПК - 2.3 Контролирует качество выполнения и временные затраты на редакционно-издательскую подготовку медиапродукта

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: «Инновационные технологии в издательском деле», «Культура издательского дела: традиции и современность», «Управление издательскими проектами», «Производственная практика»; «Преддипломная практика»; «Государственная итоговая аттестация».

3. Структура и содержание дисциплины

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

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость

(по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			3	-
	Аудиторные занятия	36	36	-
	В том числе:	-	-	-
1	Лекции	18	18	-
2	Семинарские/практические занятия	18	18	-
3	Лабораторные занятия	-	-	-
	Самостоятельная работа	144	144	-
	В том числе:			-
4	Проведение исследования, подготовка презентации, докладов, сообщений	30	30	-
	Подготовка к практическим занятиям (изучение лекционного материала)	20	20	-
	Промежуточная аттестация			-
	Экзамен	-	-	-
	Итого	180	180	-

3.1.2. Очно-заочная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			4	-
	Аудиторные занятия	36	36	-
	В том числе:	-	-	-
1	Лекции	18	18	-
2	Семинарские/практические занятия	18	18	-
	Лабораторные занятия	-	-	-

3				
	Самостоятельная работа	144	144	-
	В том числе:			-
4	Проведение исследования, подготовка презентации, докладов, сообщений	30	30	-
	Подготовка к практическим занятиям (изучение лекционного материала)	20	20	-
	Промежуточная аттестация			-
	Экзамен	-	-	-
	Итого	180	180	-

3.2 Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские / практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Тема 1. Введение. Предмет и задачи дисциплины	20	2	2	-	-	16
2	Тема 2. Креативные и культурные индустрии	24	2	2	-	-	20
3	Тема 3. Креативный класс	30	4	4	-	-	22
4	Тема 4. Методологические подходы к измерению креативной экономики	24	2	2	-	-	20
5	Тема 5. Экономические основы креативных медиакомпаний	24	2	2	-	-	20
6	Тема 6. Культурная политика	34	4	4	-	-	26
7	Тема 7. Правовое регулирование деятельности креативных индустрий	24	2	2	-	-	20
	Итого	**180**	**18**	**18**	**-**	**-**	**144**

3.2.2. Очно-заочная форма обучения

№ п/	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час		
		Всего	Аудиторная работа	Само

п			Лекции	Семинарские / практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	стоятельная работа
1	Тема 1. Введение. Предмет и задачи дисциплины	20	2	2	-	-	16
2	Тема 2. Креативные и культурные индустрии	24	2	2	-	-	20
3	Тема 3. Креативный класс	30	4	4	-	-	22
4	Тема 4. Методологические подходы к измерению креативной экономики	24	2	2	-	-	20
5	Тема 5. Экономические основы креативных медиакомпаний	24	2	2	-	-	20
6	Тема 6. Культурная политика	34	4	4	-	-	26
7	Тема 7. Правовое регулирование деятельности креативных индустрий	24	2	2	-	-	20
	Итого	**180**	**18**	**18**	**-**	**-**	**144**

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Введение
«Креативные индустрии и креативный бизнес» как учебная дисциплина. Цели, задачи курса. Особенности построения курса, основные темы, формы контроля. Общая характеристика основных знаний и навыков, которыми студент должен овладеть в результате освоения курса. Рекомендуемые источники, дополнительные материалы.

Тема 2. Креативные и культурные индустрии
Понятие культурной и креативной индустрий. Различные подходы к понятию "креативность". Развитие креативных и культурных индустрий на основе потребительских потребностей, интересов производителей и государственных институтов.

Тема 3. Креативный класс
Роль креативных индустрий в развитии региональной и глобальной экономики. Выявление и исследование подходов к классификации креативных индустрий. Понятие креативного класса. Ценности креативного класса. Формирование и развитие творческой организационной культуры медиакомпании.

Тема 4. Методологические подходы к измерению креативной экономики
Отраслевой подход к анализу креативной экономики. Креативные профессии. Оценка занятости в креативных индустриях. Классификация креативных товаров. Картирование как инструмент развития творческих индустрий. Бюджет издательской компании.

Тема 5. Экономические основы креативных медиакомпаний

Бюджет телерадиокомпании, информационного агентства. Бюджет телерадиокомпании - государственной и негосударственной, производящей и вещательной. Расходная часть бюджета. Доходная часть, основные источники доходов. Бюджет информационного агентства – государственного и негосударственного, коммерческого, общенационального и регионального. Бизнес-план.

Тема 6. Культурная политика
Роль государства в производстве и доступности культурных ценностей. Формы культурной политики, роль государственных учреждений и некоммерческих фондов. Переход от культурной политики к поддержке организаций культуры в развитии креативной экономики. Опыт России, Китая, Великобритании, США, Австралии, Европы. Творческое предпринимательство и программы поддержки творческих проектов.

Тема 7. Правовое регулирование деятельности креативных индустрий
Правовое регулирование творческих индустрий в России. Государственное регулирование в сфере культуры творческого предпринимательства. Государственные органы, определяющие и реализующие культурную, социальную и экономическую политику. Законодательные и нормативные акты, определяющие правовую основу деятельности в сфере культуры и культурного предпринимательства.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия для очной формы обучения

1	Тема 1. Введение. Предмет и задачи дисциплины
2	Тема 2. Креативные и культурные индустрии
3-4	Тема 3. Креативный класс
5	Тема 4. Методологические подходы к измерению креативной экономики
6	Тема 5. Экономические основы креативных медиакомпаний
7-8	Тема 6. Культурная политика
9	Тема 7. Правовое регулирование деятельности креативных индустрий

Семинарские/практические занятия для очно-заочной формы обучения

1	Тема 1. Введение. Предмет и задачи дисциплины
2	Тема 2. Креативные и культурные индустрии
3-4	Тема 3. Креативный класс
5	Тема 4. Методологические подходы к измерению креативной экономики
6	Тема 5. Экономические основы креативных медиакомпаний
7-8	Тема 6. Культурная политика
9	Тема 7. Правовое регулирование деятельности креативных индустрий

3.4.2. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ). 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ. // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ [Режим доступа – свободный]

Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.12.2022) «О средствах массовой информации». 27 декабря 1991 года N 2124-1// https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ [Режим доступа – свободный]

4.2 Основная литература

Ульяновский А.В. Креативные индустрии: смена поколений и актуальных героев : учебное пособие / Ульяновский А.В.. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 350 c. — ISBN 978-5-4497-0072-8. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/101352.html (дата обращения: 03.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4.3 Дополнительная литература

Глушкова Ю.О. Креативные индустрии: экономико-управленческая стратегия развития регионов России : монография / Глушкова Ю.О.. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2019. — 164 c. — ISBN 978-5-7433-3347-9. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/99264.html (дата обращения: 03.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/99264

Креативные индустрии в обществе: исторические аспекты культурного производства : коллективная монография / И.В. Хриптулов [и др.].. — Москва : Научный консультант, 2018. — 126 c. — ISBN 978-5-907084-66-7. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/104960.html (дата обращения: 03.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4.4 Электронные образовательные ресурсы

Электронный образовательный ресурс «Экономика и менеджмент СМИ»
https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=45&section=4
https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=45&section=10
Тема 4, тема 5.

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Не требуется

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Российская государственная библиотека. http://www.rsl.ru/
2. Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru/
3. Научная электронная библиотека https://elibrary.ru/
4. Агентство «Творческие индустрии» http://creativeindustries.ru/
5. Агентство креативных индустрий https://createdin.moscow/

5. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для лекционных и семинарских занятий из общего фонда. Необходима интерактивная доска/ноутбук, проектор для демонстрации презентаций.

Университет обеспечивает инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья специальными материально-техническими средствами обучения (включая специальное программное обеспечение) и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья, при наличии их заявлений о необходимости предоставления специализированных электронных образовательных ресурсов.

6. Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Курс «Креативные индустрии и креативный бизнес» строится на сочетании лекционных и семинарских занятий.

Изучение дисциплины осуществляется в форме интерактивных семинарских занятий. Задача лекционных занятий – изложение теоретического материала в рамках указанной программы. Задача семинарских занятий – закрепление полученных теоретических знаний. Предполагается использование активных и интерактивных форм проведения занятий. Отработка взаимодействия в команде.

Формы текущего и промежуточного контроля: выступление на круглых столах; участие в работе на семинарах, устные и письменные опросы.

Дисциплина оценивается в ходе экзамена в третьем/четвёртом семестре. Экзамен принимается в письменной форме или в форме собеседования, обязательны дополнительные вопросы по каждой пропущенной или плохо отработанной на семинаре/практическом занятии теме.

Результирующая оценка слагается из следующих составляющих:

- посещение лекций;
- активное участие в семинарских занятиях;
- результаты письменных и устных опросов;
- ответ во время экзамена.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Студенту, желающему углубить свои знания, предоставляется возможность расширить круг специализированного чтения за счет обращения к дополнительным источникам, указанным в программе курса.

В процессе самоподготовки студенту следует:

- изучать и анализировать источники и научную литературу, рекомендованную преподавателем по программе курса;
- пользоваться ресурсами Интернета для самостоятельного поиска научной информации по курсу.
- обращаться за разъяснениями к преподавателю по вопросам курса, которые вызывают затруднение.

Формы текущего и промежуточного контроля: выступление на круглых столах; участие в работе на семинарах, устные и письменные опросы. Самостоятельная внеаудиторная работа студента направлена на выработку способности к самостоятельной работе по поиску, анализу информации по теме, систематизации материала.

Предполагается подготовка доклада, презентации в мультимедийном формате по теме курса.

В процессе подготовки доклада, реферата и т.п. желательно ознакомиться с широким спектром источников по теме. Рекомендуется работа с первоисточниками. Текст рекомендуется сдавать преподавателю для того, чтобы можно было более детально проанализировать и оценить доклад. Доклад должен сопровождаться вопросами и последующей дискуссией, которой управляет докладчик, желательно, чтобы преподаватель лишь только помогал при необходимости.

При подготовке презентации важно раскрыть тему доклада. Оценивается умение студента логично выстроить текст и грамотно проиллюстрировать его. Презентация должна содержать не менее 12 слайдов. В каждом слайде должен быть текст и иллюстрация. Слайды должны быть прокомментированы. Студент должен ответить на вопросы, возникающие в процессе презентации. Презентации сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих практических занятий.

Дисциплина оценивается в ходе экзамена в третьем/четвёртом семестре. Экзамен принимается в письменной форме или в форме собеседования, обязательны дополнительные вопросы по каждой пропущенной или плохо отработанной на семинаре/практическом занятии теме.

7. Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций: подготовка, представление и обсуждение докладов (рефератов) на практических занятиях, вопросы для подготовки к экзамену.

Форма промежуточной аттестации – экзамен, который может проводиться как в письменном виде, так и в форме собеседования.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают тематику докладов, рефератов, сообщений для практических занятий, вопросы для подготовки к экзамену.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных рабочей программой по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

К промежуточной аттестации допускаются студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине. По результатам работы, включая итоги промежуточной аттестации по дисциплине, выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется в том случае, если выполнены все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой. Студент знает концептуальные подходы

креативных индустрий; основы продвижения проектов в издательской сфере; основные принципы формирования культурной политики. Имеет представление о формах осуществления деятельности в сфере креативных индустрий в России и в мире; процессах производства в креативных индустриях. Студент умеет создавать работоспособные креативные команды в современной медиаиндустрии; формировать творческую культуру предприятия современной медиаиндустрии; ориентируется в видах и специфических сторонах функционирования креативных индустрий с целью создания информационного продукта; способен планировать творческий проект в профессиональной сфере. Владеет навыками разработки издательского продукта с учетом специфики креативных индустрий; творческими приемами создания мультимедийного издания. Умеет на практике реализовать принципы построения и реализации культурной политики; способен строить свою профессиональную деятельность с учетом изменяющихся требований.

Оценка «хорошо» выставляется в том случае, если выполнены все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой. Обучающийся демонстрирует неполное, но корректное соответствие знаний концептуальных подходов креативных индустрий; основные принципы формирования культурной политики. Имеет представление о формах осуществления деятельности в сфере креативных индустрий в России и в мире; процессах производства в креативных индустриях. Студент умеет создавать работоспособные креативные команды в современной медиаиндустрии; формировать творческую культуру предприятия современной медиаиндустрии; ориентируется в видах и специфических сторонах функционирования креативных индустрий с целью создания информационного продукта; способен планировать творческий проект в профессиональной сфере. Владеет навыками разработки издательского продукта с учетом специфики креативных индустрий; творческими приемами создания мультимедийного издания. Умеет на практике реализовать принципы построения и реализации культурной политики; способен строить свою профессиональную деятельность с учетом изменяющихся требований. При этом были допущены 2-3 несущественные ошибки.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется в том случае, если выполнены все виды учебной работы, предусмотренные программой дисциплины. Обучающийся демонстрирует неполное, правильное соответствие знаний концептуальных подходов креативных индустрий; основные принципы формирования культурной политики. Имеет представление о формах осуществления деятельности в сфере креативных индустрий в России и в мире; процессах производства в креативных индустриях. Студент умеет создавать работоспособные креативные команды в современной медиаиндустрии; формировать творческую культуру предприятия современной медиаиндустрии; ориентируется в видах и специфических сторонах функционирования креативных индустрий с целью создания информационного продукта; способен планировать творческий проект в профессиональной сфере. Владеет навыками разработки издательского продукта с учетом специфики креативных индустрий; творческими приемами создания мультимедийного издания. При этом были допущены значительные ошибки или неточности.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется в том случае, если не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных рабочей программой. Если обучающийся не знает концептуальные подходы креативных индустрий; не имеет представления об основах продвижения проектов в издательской сфере; об основных принципах формирования культурной политики. Не знает формы осуществления деятельности в сфере креативных индустрий в России и в мире; не знает процессы производства в креативных индустриях. Студент не умеет создавать работоспособные креативные команды в современной медиаиндустрии; не ориентируется в видах и специфических сторонах функционирования креативных индустрий с целью создания информационного продукта; не способен планировать творческий проект в профессиональной сфере. Не владеет навыками разработки коммуникационного продукта

с учетом специфики креативных индустрий. Не способен на практике реализовать принципы построения и реализации культурной политики.

7.3 Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

Примерная тематика докладов, рефератов, сообщений

1. Творческие индустрии как основа креативной экономики
2. Становление новых индустрий и новой экономики.
3. Креативные индустрии в экономике России
4. Культурные индустрии как инновации в культуре и СМИ
5. Теоретические аспекты воздействия креативного класса на экономику государства
6. «Новая экономика»: российская специфика.
7. Инновации как основа модернизации экономики России
8. Финансирование и бюджет издательства

Примерная тематика контрольных работ

Опыт России (и / или США, Китая) в программах поддержки творческих проектов.
Опыт России (и / или США, Китая) в концептах программ поддержки культурных индустрий.

Проект

Организация работы редакции по выпуску творческого продукта с распределением творческих ролей между коллегами.

7.3.2. Промежуточная аттестация

Примерные вопросы для подготовки к экзамену

1. Понятие культурной и креативной индустрий.
2. Различные подходы категории "креативность".
3. Роль креативных индустрий в развитии региональной и глобальной экономики.
4. Подходы к классификации креативных индустрий.
5. Понятие креативного класса. Ценности креативного класса.
6. Отраслевой подход к анализу креативной экономики.
7. Креативные профессии.
8. Оценка занятости в креативных индустриях.
9. Классификация креативных товаров.
10. Роль государства в производстве и доступности культурных ценностей.
11. Формы культурной политики, роль государственных учреждений и некоммерческих фондов.
12. Творческое предпринимательство и программы поддержки творческих проектов.
13. Картирование как инструмент развития творческих индустрий.
14. Формирование и развитие творческой организационной культуры медиакомпании.
15. Правовое регулирование творческих индустрий в России.
16. Государственное регулирование в сфере культуры творческого предпринимательства.

17. Государственные органы, определяющие и реализующие культурную, социальную и экономическую политику.
18. Законодательные и нормативные акты, определяющие правовую основу деятельности в сфере культуры и культурного предпринимательства.
19. SWOT-анализ.
20. Бизнес-план.
21. Бюджет издательства.