

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 21.04.2026 17:33:59

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fad578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

С.С. Юров

«26» февраля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.03 СТРУКТУРА И РЫНКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Для направления подготовки:

38.03.01 Экономика

(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

Организационно-управленческий

Направленность (профиль):

«Экономика в креативных индустриях»

Формы обучения:

очная

Москва – 2026

Разработчик (и): Филина Елена Андреевна, член Союза дизайнеров России, преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«22» февраля 2026 г.



/Е.А. Филина /

(подпись)

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 954 от 12.08.2020 г.

СОГЛАСОВАНО:

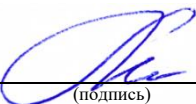
Декан ФУБ



/Н.Е. Козырева /

(подпись)

Заведующий кафедрой
разработчика РПД



/ Е.С. Мальцева /

(подпись)

Протокол заседания кафедры № 06 от «22» февраля 2026 г.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование у студентов комплексного представления о структуре, механизмах функционирования и тенденциях развития рынков креативных индустрий, а также развитие практических навыков анализа креативных проектов и бизнес-моделей в современной экономике.

Задачи:

- Изучить теоретические подходы к определению понятий «креативная экономика» и «креативные индустрии», их классификацию и место в постиндустриальном обществе.
- Проанализировать структуру ключевых сегментов креативных индустрий (кино, музыка, медиа, IT, архитектура, искусство, мода, реклама).
- Рассмотреть особенности формирования спроса и предложения на рынках интеллектуальной собственности и культурных благ.
- Изучить бизнес-модели и стратегии монетизации в креативных индустриях (фримиум, краудфандинг, подписки, лицензирование).
- Выявить роль государства, институтов развития и кластерных политик в поддержке креативного сектора.
- Проанализировать глобальные тренды (цифровизация, иммерсивные технологии, ESG) и их влияние на структуру креативных рынков.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Осваивается: 3 семестр.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2 - Способен анализировать рынки, экономические процессы и поведение потребителей в креативной и цифровой экономике

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-2 Способен анализировать рынки, экономические процессы и поведение потребителей в креативной и цифровой экономике	ПК-2.1 Анализирует структуру и динамику рынков креативных индустрий	Знает: структуру и закономерности динамики рынков креативных индустрий, а также методы их системного анализа и оценки текущих трендов. Умеет: анализировать рыночную структуру и отслеживать показатели динамики в различных сегментах креативных индустрий для выявления рыночных возможностей. Владеет: аналитическим инструментарием для исследования структуры и

		динамических изменений на рынках креативных индустрий в целях стратегического планирования.
--	--	---

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Структура и рынки креативных индустрий» для студентов всех форм обучения, реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика составляет: 4 зачетные единицы (144 часа).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
	Очная
Аудиторные занятия	54
<i>в том числе:</i>	
Лекции	18
Практические занятия	36
Лабораторные работы	-
Самостоятельная работа	90
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	-
Промежуточная аттестация:	
Вид	Зачёт с оценкой – 3 семестр
Трудоемкость (час.)	-
Общая трудоемкость з.е. / часов	4 з.е. / 144 час.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов (по формам обучения)			
№	Наименование	Очная			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	Введение в креативные индустрии	2	3	-	8
2	Классификация и структура креативных индустрий	2	3	-	8
3	Рынок изобразительного искусства и антиквариата	1	3	-	7
4	Индустрия исполнительских искусств (театр, танец, концерты)	1	3	-	7
5	Киноиндустрия и аудиовизуальный сектор	1	3	-	7
6	Музыкальная индустрия	1	3	-	7
7	Индустрия моды и дизайна	1	3	-	7
8	Реклама и связи с общественностью (PR) как креативная индустрия	1	3	-	7
9	Медиа и издательский бизнес	1	3	-	7
10	Интеллектуальная собственность и авторское право	2	3	-	8
11	Государственная политика в сфере креативных индустрий	2	3	-	8
12	Глобальные тренды и будущее креативных рынков	3	3	-	9
Итого (часов)		18	36	-	90
Форма контроля:		<i>Зачёт с оценкой</i>			-
Всего по дисциплине:		144 / 4 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение в креативные индустрии. Понятия «креативная экономика», «креативный класс» (Р. Флорида), «креативные индустрии» (Д. Хокинс). Отличие креативных индустрий от культуры и искусства. Эволюция подходов: от культурных к креативным индустриям.

Тема 2. Классификация и структура креативных индустрий. Модели классификации: модель DCMS (Великобритания), модель ЮНЕСКО, модель Всемирной организации интеллектуальной собственности (WIPO). Концентрические круги Д. Тросби. Основные сектора: наследие, искусство, медиа, функциональные творческие индустрии (дизайн, архитектура, реклама).

Тема 3. Рынок изобразительного искусства и антиквариата. Структура арт-рынка: первичный (галереи, ярмарки) и вторичный (аукционы). Институт арт-дилеров и консультантов. Арт-критика и ценообразование. Проблема подлинности и провенанса.

Тема 4. Индустрия исполнительских искусств (театр, танец, концерты). Экономика «живого» выступления. Роль государства и спонсорства. Бродвейская и репертуарная модели. Антрепренерство и продюсирование.

Тема 5. Киноиндустрия и аудиовизуальный сектор. Структура кинопроцесса (производство, дистрибуция, прокат). Роль кинокомиссий и рибейтов. Пиратство и защита авторских прав. Влияние стриминговых платформ (Netflix, Kinopoisk) на традиционный кинопрокат.

Тема 6. Музыкальная индустрия. Эволюция бизнес-моделей: от продажи носителей к стримингу. Лейблы, издатели и агрегаторы. Концертная деятельность как основной источник дохода. Роль цифровых платформ (Spotify, Apple Music).

Тема 7. Индустрия моды и дизайна. Структура модной индустрии: от кутюр и прет-а-порте. Масс-маркет и люкс. Роль недель моды. Дизайн как добавленная стоимость: промышленный, графический, интерьерный дизайн.

Тема 8. Реклама и связи с общественностью (PR) как креативная индустрия. Креатив в рекламе: копирайтинг, арт-дирекшн. Бизнес-модели рекламных агентств. Рынок маркетинговых коммуникаций. Влияние programmatic-рекламы и big data.

Тема 9. Медиа и издательский бизнес. Трансформация СМИ: переход от печати к цифре. Бизнес-модели в журналистике (подписка, донаты, нативная реклама). Книгоиздание: редакция, печать, дистрибуция. Электронные книги и аудиосервисы.

Тема 10. Интеллектуальная собственность и авторское право. Основы авторского и смежных прав. Патентование и товарные знаки. Лицензирование контента. Коллективное управление правами. Копирайт в эпоху интернета (Creative Commons).

Тема 11. Государственная политика в сфере креативных индустрий. Механизмы поддержки: гранты, субсидии, налоговые льготы. Создание креативных кластеров и технопарков. Роль институтов развития. Креативные индустрии в городской экономике (креативный город, джентрификация).

Тема 12. Глобальные тренды и будущее креативных рынков. Цифровизация и NFT. Искусственный интеллект (AI) в творчестве. Виртуальная и дополненная реальность (VR/AR). Устойчивое развитие (ESG-принципы) в креативных индустриях. Конвергенция отраслей.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Евстафьев, В. А. Креатив в рекламе : учебник для вузов : [16+] / В. А. Евстафьев, А. Л. Абаев, М. А. Тюков. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2026. – 390 с. : ил. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=731175>
2. Система 4К : коммуникация, критическое мышление, креативность, командная работа : практикум : [16+] / Е. Н. Агапова, П. А. Бавина, А. П. Панфилова [и др.] ; Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена. – Санкт-Петербург : Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена (РГПУ), 2022. – 252 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691549>

9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
3. Браузер Google Chrome;
4. Браузер Yandex;
5. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF

9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <http://xn--90agcбacgim.xn--p1ai/standart-iso-10668/> - международный стандарт ISO 10668 «Оценка бренда»
10. <https://www.kantar.com/campaigns/brandz> - база данных о мировых брендах
11. <http://www.popairussia.com/analytics/research> - база исследовательских данных ассоциации POPAI GLOBAL - международной ассоциации маркетинга в ритейле, объединение экспертов в области маркетинговых коммуникаций, специализирующихся по стимулированию сбыта и оформлению мест продаж
12. <http://russianbranding.ru/> - АБКР (RBCA) - общественная организация, представляющая интересы брендинговых агентств России
13. <http://xn--90agcбacgim.xn--p1ai/> - сайт «Корпорация оценки бренда»
14. <http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация коммуникационных агентств России - ведущее и крупнейшее профессиональное объединение коммуникационных услуг России. Члены АКАР предоставляют услуги в сфере: рекламы (ATL, TTL, BTL) - создают, планируют, размещают и продают рекламу в прессе, на радио, телевидении, в кинотеатрах, Интернете, на транспорте, на улицах и площадях; паблик рилейшнз;

стимулирования сбыта и формирования спроса, продвижения товаров и услуг; брендинга; прямого маркетинга; спонсорства; маркетинговых, рекламных и социологических исследований; дизайна и упаковки; оформления мест продаж; интегрированных маркетинговых коммуникаций; нетрадиционного маркетинга.

15. <http://www.akarussia.ru/node/5025> - база данных исследований Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР)
16. <https://www.logaster.ru/> - Logaster — онлайн сервис для создания логотипов и элементов фирменного стиля
17. <https://realbiz.ru/> - сборник креативных идей для малого бизнеса
18. <https://www.interbrand.com/> - сайт консалтингового агентства Interbrand - одного из мировых лидеров в области брендинга (ребрендинга, нейминга)

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Кабинет № 424- учебное помещение № I-58 для проведения учебных занятий.

Учебное помещение оборудовано набором демонстрационного оборудования и набором учебно-наглядных пособий в цифровом виде, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.

Учебное помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения:

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
2. проекционный экран;
3. доска маркерная учебная;
4. столы - 15 шт.;
5. стулья – 71 шт.;
6. акустическая система;
7. блок управления проекционным оборудованием;
8. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.

Компьютер подключен к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Кабинет № 402- помещение № I-11, для самостоятельной работы.

Помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения:

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
2. проекционный экран;
3. доска маркерная учебная;
4. столы – 14 шт.;
5. стулья – 28 шт.;
6. акустическая система;
7. блок управления проекционным оборудованием;
8. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.
9. персональные компьютеры - 26 шт.

Все компьютеры подключены к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

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.

- **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

- **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

- **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

- **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

- **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;

- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. 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 приобретается 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.

Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным

графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

Б1.В.07 СТРУКТУРА И РЫНКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Для направления подготовки:

38.03.01 Экономика

(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

Организационно-управленческий

Направленность (профиль):

«Экономика в креативных индустриях»

Формы обучения:

очная

Москва – 2026

Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-2 Способен анализировать рынки, экономические процессы и поведение потребителей в креативной и цифровой экономике	ПК-2.1 Анализирует структуру и динамику рынков креативных индустрий	Знает: структуру и закономерности динамики рынков креативных индустрий, а также методы их системного анализа и оценки текущих трендов. Умеет: анализировать рыночную структуру и отслеживать показатели динамики в различных сегментах креативных индустрий для выявления рыночных возможностей. Владеет: аналитическим инструментарием для исследования структуры и динамических изменений на рынках креативных индустрий в целях стратегического планирования.

Показатели оценивания результатов обучения

Результат обучения	Критерии оценивания результатов обучения (показатели успешности по уровням освоения)			
	Компетенция не сформирована	Базовый уровень сформированности компетенции	Средний уровень сформированности компетенции	Повышенный уровень сформированности компетенции
ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Общие, но не структурированные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы	Сформированные структурированные знания
УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частично освоенное умение	В основном освоенное, применяемое в стандартных ситуациях умение	Полностью освоенное, применяемое в стандартных ситуациях умение
НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частично владеет навыками	В целом владеет навыком	Свободно владеет навыком

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

Пример теста:

(Выберите один правильный вариант ответа)

1. Кто из перечисленных ученых ввел понятие «креативный класс»?

а) Д. Тросби

- b) Р. Флорида
- c) Д. Хокинс
- d) М. Вебер

Ответ: b

2. Какая модель классификации креативных индустрий использует принцип «концентрических кругов»?

- a) Модель WIPO
- b) Модель DCMS
- c) Модель ЮНЕСКО
- d) Модель Д. Тросби

Ответ: d

3. К первичному рынку искусства относится:

- a) Аукцион Sotheby's
- b) Галерея, представляющая современных художников
- c) Перепродажа коллекционером картины на ярмарке
- d) Арт-банкинг

Ответ: b

4. Основной источник дохода современных музыкальных исполнителей (рекорд-лейблов) в эпоху стриминга:

- a) Продажа CD-дисков
- b) Продажа рингтонов
- c) Концертная деятельность и мерчандайзинг
- d) Продажа нотных изданий

Ответ: c

5. Что такое «фримиум» (freemium) как бизнес-модель?

- a) Продажа товаров по цене ниже рыночной
- b) Бесплатное предоставление базового функционала и плата за расширенный
- c) Система предзаказов
- d) Бартерный обмен услугами

Ответ: b

6. Какая организация занимается коллективным управлением авторскими правами в РФ (в сфере музыки)?

- a) Минкульт РФ
- b) РАО (Российское авторское общество)
- c) Союз кинематографистов
- d) Торгово-промышленная палата

Ответ: b

7. Как называется документ, подтверждающий историю владения произведением искусства?

- a) Сертификат подлинности
- b) Провенанс
- c) Каталог-резоне
- d) Страховой полис

Ответ: b

8. Что из перечисленного относится к функциональным (прикладным) креативным индустриям?

- a) Музейное дело
- b) Промышленный дизайн

- c) Театральное искусство
- d) Живопись

Ответ: b

9. Влияние стриминговых платформ (Netflix, Amazon) на кинорынок привело к:

- a) Исчезновению кинотеатров
- b) Росту спроса на сериальный контент и изменению окон дистрибуции
- c) Увеличению длительности кинопроката в кинотеатрах
- d) Отказу от авторского кино

Ответ: b

10. Какой механизм поддержки кино предполагает возврат части средств, потраченных на производство фильма на территории региона?

- a) Грант
- b) Субсидия
- c) Рибейт (Rebate)
- d) Кинокомиссия

Ответ: c

11. Кто является автором концепции «Опытная экономика» (The Experience Economy)?

- a) Пайн и Гилмор
- b) Портер
- c) Адизес
- d) Маклюэн

Ответ: a

12. Какое объединение (формат) наиболее характерно для развития креативных индустрий в городской среде?

- a) Промышленная зона
- b) Креативный кластер
- c) Спальный район
- d) Торговый центр

Ответ: b

13. Что такое NFT (Non-fungible token)?

- a) Форма государственной субсидии
- b) Цифровой сертификат уникальности, записанный в блокчейне
- c) Новый вид типографской краски
- d) Международный стандарт бухучета в культуре

Ответ: b

14. Какая индустрия является самой крупной по доле пиратского контента в мире?

- a) Театральная
- b) Книгоиздание
- c) Аудиовизуальная (кино, музыка, софт)
- d) Архитектура

Ответ: c

15. Бродвейская модель театра предполагает:

- a) Постоянную труппу и репертуар
- b) Коммерческий проект, собранный специально для проката
- c) Полное государственное финансирование
- d) Уличные театральные фестивали

Ответ: b

Оценка формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-84% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 40-69% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 39% правильных ответов.

Промежуточная аттестация

Вопросы к зачёту с оценкой

1. Понятие «креативная экономика». Отличие от экономики знаний.
2. Теория креативного класса Ричарда Флориды: основные положения и критика.
3. Эволюция понятия: от «культурных» к «креативным» индустриям.
4. Классификация креативных индустрий по методике DCMS (Великобритания).
5. Модель концентрических кругов Дэвида Тросби.
6. Роль интеллектуальной собственности в креативных индустриях.
7. Структура и особенности арт-рынка (первичный и вторичный).
8. Аукционные дома (Christie's, Sotheby's): принципы работы и влияние на рынок.
9. Ценообразование на произведения искусства: факторы и механизмы.
10. Экономика театра: сравнительный анализ репертуарной и проектной (бродвейской) моделей.
11. Продюсирование в индустрии развлечений: функции и задачи.
12. Структура киноиндустрии: производство, дистрибуция, прокат (окна дистрибуции).
13. Влияние стриминговых сервисов на традиционный кинопрокат.
14. Экономика музыкальной индустрии: трансформация от продажи альбомов к стримингу.
15. Роль лейблов, издателей и агрегаторов в музыкальном бизнесе.
16. Индустрия моды: структура и ключевые игроки (Дом моды, люкс, масс-маркет).
17. Дизайн как добавленная стоимость в экономике: виды дизайна и их коммерциализация.
18. Рекламный рынок: креатив и медиапланирование. Бизнес-модели агентств.
19. Трансформация медиабизнеса: переход от печатных СМИ к цифровым платформам.
20. Книгоиздание в цифровую эпоху: печатные, электронные и аудиокниги.
21. Понятие «провенанс» и его значение для арт-рынка.
22. Авторское право и смежные права: основы и защита.
23. Лицензирование контента и роялти. Системы коллективного управления правами.
24. Государственная поддержка креативных индустрий: гранты, субсидии, налоговые льготы.
25. Креативные кластеры и технопарки как драйверы развития территорий.
26. Феномен краудфандинга как способ финансирования творческих проектов.
27. Пиратство в креативных индустриях: экономический ущерб и методы борьбы.

28. Влияние технологий искусственного интеллекта (AI) на творчество и креативные рынки.
29. NFT-токены и их влияние на цифровое искусство.
30. Тенденции конвергенции креативных индустрий: примеры и перспективы.

Критерии оценивания

4-балльная шкала и 2-балльная шкалы	Критерии
«Отлично» или «зачтено»	<p>1. Полные и качественные ответы на вопросы, охватывающие все необходимые аспекты темы. Обучающийся обосновывает свои выводы с использованием соответствующих фактов, данных или источников, демонстрируя глубокую аргументацию.</p> <p>2. Обучающийся успешно переносит свои теоретические знания в практическую реализацию. Выполненные задания соответствуют высокому уровню качества, включая использование правильных форматов, методологий и инструментов.</p> <p>3. Обучающийся анализирует и оценивает различные аспекты темы, демонстрируя способность к критическому мышлению и самостоятельному исследованию.</p>
«Хорошо» или «зачтено»	<p>1. Обучающийся предоставляет достаточно полные ответы на вопросы с учетом основных аспектов темы. Ответы обучающегося имеют ясную структуру и последовательность, делая их понятными и логически связанными.</p> <p>2. Обучающийся способен применить теоретические знания в практических заданиях. Выполнение задания в целом соответствует требованиям, хотя могут быть некоторые недочеты или неточные выводы по полученным результатам.</p> <p>3. Обучающийся представляет хорошее понимание темы вопроса, охватывая основные аспекты и направления ее изучения. Ответы обучающегося содержат достаточно информации, но могут быть некоторые пропуски или недостаточно глубокие суждения.</p>
«Удовлетворительно» или «зачтено»	<p>1. Ответы на вопросы неполные, не охватывают всех аспектов темы и не всегда структурированы или логически связаны. Обучающийся предоставляет верные выводы, но они недостаточно аргументированы или основаны на поверхностном понимании предмета вопроса.</p> <p>2. Обучающийся способен перенести теоретические знания в практические задания, но недостаточно уверен в верности примененных методов и точности в их выполнении. Выполненное задание может содержать некоторые ошибки, недочеты или расхождения.</p> <p>3. Обучающийся охватывает большинство основных аспектов темы вопроса, но демонстрирует неполное или поверхностное их понимание, дает недостаточно развернутые объяснения.</p>
«Неудовлетворительно» или «не зачтено»	<p>1. Обучающийся отвечает на вопросы неполно, не раскрывая основных аспектов темы. Ответы обучающегося не структурированы, не связаны с заданным вопросом, отсутствует их логическая обоснованность. Выводы, предоставляемые обучающимся, представляют собой простые утверждения без анализа или четкой аргументации.</p> <p>2. Обучающийся не умеет переносить теоретические знания в практический контекст и не способен применять их для выполнения задания. Выполненное задание содержит много ошибок, а его результаты не соответствуют поставленным требованиям и (или) неправильно интерпретируются.</p>

	3. Обучающийся ограничивается поверхностным рассмотрением темы и не показывает понимания ее существенных аспектов. Ответ обучающегося частичный или незавершенный, не включает анализ рассматриваемого вопроса, пропущены важные детали или связи.
--	--

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры
Протокол заседания кафедры № 06 от «22» января 2025 г.