

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 21.04.2026 17:34:20

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

 С.С. Юров

«26» февраля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.20 МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПРОЕКТ

Для направления подготовки:

38.03.01 Экономика

(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

Организационно-управленческий

Направленность (профиль):

«Экономика в креативных индустриях»

Формы обучения:

очная

Разработчик(и): Прокина Марина Владимировна, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«22» февраля 2026 г.



(подпись)

/М.В. Прокина /

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:

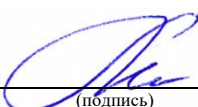
Декан ФУБ



(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой разработчика РПД



(подпись)

/ Е.С. Мальцева /

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

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование у студентов системы теоретических знаний и практических навыков в области экономики и организации функционирования цифровых платформ и медиаиндустрии, изучение бизнес-моделей, механизмов монетизации и стратегий развития платформенных компаний в современной цифровой среде.

Задачи:

Изучить экономическую природу цифровых платформ и их роль в современной экономике.

Проанализировать структуру рынков медиаиндустрии и специфику медиапродукта как экономического блага .

Исследовать бизнес-модели цифровых платформ и механизмы их монетизации.

Рассмотреть особенности ценообразования и конкуренции на платформенных рынках.

Проанализировать влияние цифровых платформ на традиционные медиа и трансформацию медиапотребления .

Изучить методы анализа эффективности деятельности платформенных компаний.

Выявить роль государства в регулировании цифровых платформ и медиарынков.

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: 7 семестр.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1. Способен разрабатывать, обосновывать и реализовывать предпринимательские и управленческие решения в креативных индустриях

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-1. Способен разрабатывать, обосновывать и реализовывать предпринимательские и управленческие решения в креативных индустриях	ПК-1.1 Формулирует бизнес-идеи и концепции проектов в сфере креативных индустрий	Знает: принципы и методики формулирования бизнес-идей, а также основы разработки концепций проектов в области креативных индустрий. Умеет: формулировать перспективные бизнес-идеи и разрабатывать содержательные концепции проектов, адаптированные к специфике сферы креативных индустрий. Владеет: навыками генерации бизнес-идей и технологиями проектирования концепций, направленных на реализацию инновационных решений в сфере креативных индустрий.

	<p>ПК-1.4 Организует и координирует реализацию креативных проектов</p>	<p>Знает: принципы организации и этапы координации реализации проектов в сфере креативных индустрий, включая распределение ресурсов и управление командами.</p> <p>Умеет: организовывать полный цикл реализации креативных проектов и координировать взаимодействие участников для достижения поставленных целей.</p> <p>Владеет: навыками планирования, организации и координации процессов, обеспечивающими успешную реализацию инновационных креативных проектов.</p>
--	---	---

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Междисциплинарный проект» для студентов всех форм обучения, реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика составляет: 6 зачетных единиц (216 часов).

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	126
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	
Промежуточная аттестация:	
Вид	Курсовая работа- 7 семестр Экзамен – 7 семестр
Трудоемкость (час.)	36
Общая трудоемкость з.е. / часов	6 з.е. / 216 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	Креативная экономика: структура, тренды и особенности рынка	2	4	-	14
2	Маркетинговые исследования как база для экономических расчетов	2	4	-	14
3	Микроэкономика креативного продукта	2	4	-	14
4	Бережливый подход к экономике проекта	2	4	-	14
5	Основы ценообразования в креативных индустриях	2	4	-	14
6	Финансовое моделирование креативного проекта	2	4	-	14
7	Инвестиции в креативные проекты	2	4	-	14
8	Оценка экономической эффективности проекта	2	4	-	14
9	Нематериальные активы и интеллектуальная собственность	2	4	-	14
Итого (часов)		18	36	-	126
Форма контроля:		<i>Курсовая работа, экзамен</i>			36
Всего по дисциплине:		216 / 6 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Креативная экономика: структура, тренды и особенности рынка.

Содержание: Понятие и глобальные тренды креативной экономики. Структура рынка: реклама, дизайн, искусство, IT, мода. Специфика креативного продукта как экономического блага (нематериальные активы, интеллектуальная собственность, сетевое влияние). Роль микропредприятий и фриланса. Креативный кластер как экономическая модель.

Тема 2. Маркетинговые исследования как база для экономических расчетов.

Содержание: Методы кабинетных и полевых исследований. Перевод качественных данных в количественные показатели. Определение емкости рынка и доли рынка. Оценка потребительского спроса и эластичности. Статистические методы обработки данных: среднее, медиана, корреляция. Использование онлайн-инструментов для сбора данных.

Тема 3. Микроэкономика креативного продукта.

Содержание: Теория спроса и предложения применительно к уникальным товарам и услугам. Понятие полезности и ценности для потребителя. Издержки производства в креативной сфере: постоянные (аренда, ПО) и переменные (материалы, гонорары). Эффект масштаба и его границы в креативных индустриях.

Тема 4. Бережливый подход к экономике проекта.

Содержание: Концепция бережливого производства (Lean) как способ минимизации издержек. Виды потерь (Muda) в креативных проектах: потери времени, перепроизводство контента, дефекты, излишние запасы. Поток создания ценности и его картирование для выявления неэффективных затрат.

Тема 5. Основы ценообразования в креативных индустриях.

Содержание: Методы ценообразования: затратный (cost-plus), рыночный (на основе конкурентов), параметрический (на основе ценности для клиента). Ценностное ценообразование: как оценить и монетизировать уникальность. Ценовые стратегии (скидки, пакетирование, премиум-ценообразование). Психология восприятия цены.

Тема 6. Финансовое моделирование креативного проекта.

Содержание: Понятие финансовой модели. Прогнозирование доходов и расходов. Unit-экономика: расчет стоимости привлечения клиента (CAC), пожизненной ценности клиента (LTV), маржинальности. Построение отчета о прибылях и убытках (P&L) и плана движения денежных средств (Cash Flow). Точка безубыточности (BEP).

Тема 7. Инвестиции в креативные проекты.

Содержание: Потребность в инвестициях: стартовый капитал vs. оборотные средства. Источники финансирования: собственные средства, краудфандинг, гранты, бизнес-ангелы, венчурные фонды. Специфика привлечения инвестиций в креативные стартапы. Инвестиционный меморандум.

Тема 8. Оценка экономической эффективности проекта.

Содержание: Временная стоимость денег. Методы оценки инвестиционных проектов: чистая приведенная стоимость (NPV), внутренняя норма доходности (IRR), срок окупаемости (Payback Period). Учет рисков и инфляции. Сравнение альтернативных проектов.

Тема 9. Нематериальные активы и интеллектуальная собственность.

Содержание: Интеллектуальная собственность как ключевой актив креативной компании. Авторское право, товарные знаки, патенты. Экономическая оценка и амортизация нематериальных активов. Лицензионные платежи и роялти как источник дохода. Оценка стоимости бренда.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

1. Разработка финансово-экономической модели для стартапа в сфере цифрового дизайна.
2. Анализ эффективности краудфандинговых кампаний в креативных индустриях России.
3. Ценообразование на рынке современного искусства: факторы и механизмы.
4. Экономика креативного кластера: модели функционирования и источники дохода (на примере конкретного кластера).
5. Оценка стоимости бренда в индустрии моды: методы и практические кейсы.
6. Применение принципов бережливого производства (Lean) в управлении креативным агентством.
7. Сравнительный анализ бизнес-моделей в индустрии видеоигр (free-to-play vs. pay-to-play).
8. Инвестиционная привлекательность креативных стартапов в сфере IT и медиа.
9. Маркетинговое исследование потребительского спроса на рынке авторских товаров (hand-made).
10. Разработка стратегии ценообразования для нового дизайнерского бренда одежды.
11. Экономика фриланса в креативных индустриях: доходы, издержки, налогообложение.

12. Оценка эффективности использования интеллектуальной собственности в креативном бизнесе.
13. Финансовое моделирование деятельности независимого музыкального лейбла.
14. Анализ Unit-экономики подписочного сервиса в сфере цифрового контента.
15. Краудфандинг как альтернативный источник финансирования творческих проектов.
16. Разработка инвестиционного меморандума для стартапа в креативной индустрии.
17. Оценка рисков и доходности венчурных инвестиций в креативные проекты.
18. Экономическое обоснование создания арт-резиденции или творческого пространства.
19. Анализ эффективности рекламных кампаний в социальных сетях для продвижения креативных продуктов.
20. Роль нематериальных активов в стоимости креативной компании: методы оценки.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Корнилова, Л. Л. Введение в креативные индустрии : учебное пособие : [16+] / Л. Л. Корнилова, З. А. Абдурашидова, К. А. Мясникова ; Президентская академия. – Москва : Дело, 2025. – 105 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=729703>
2. Анашвили, В. В. Экономика культуры : культурные индустрии и эффективное развитие территорий : учебное пособие : [16+] / В. В. Анашвили ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва : Дело, 2021. – 66 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694884>
3. Бизнес-проектирование в креативных индустриях : учебник для вузов / Л. Г. Ахметшина, Е. М. Григорьева, Е. Н. Капура [и др.] ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 312 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=731213>

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://russianbranding.ru/> - АБКР (RBCA) - общественная организация, представляющая интересы брендинговых агентств России
10. <http://worldsellers.ru> – это одна из самых крупных интернет-площадок для продавцов, руководителей и предпринимателей
11. <https://psyera.ru/articles/psihologiya-upravleniya> - база данных по психологии управления, маркетингу и другим гуманитарно-правовым наукам
12. <https://psyera.ru/articles/iskusstvo-obshcheniya> - статьи по искусству делового общения
13. <http://www.md-management.ru/management/hr.html> - «MD-Менеджмент»: информационный бизнес-портал
14. <http://www.4p.ru/main/cnews/> - Интернет-журнал «Маркетинг 4p.ru»
15. <https://www.ipra.org/> - сайт Международной ассоциации по связям с общественностью (IPRA)

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.20 МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПРОЕКТ

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-1. Способен разрабатывать, обосновывать и реализовывать предпринимательские и управленческие решения в креативных индустриях	ПК-1.1 Формулирует бизнес-идеи и концепции проектов в сфере креативных индустрий	<p>Знает: принципы и методики формулирования бизнес-идей, а также основы разработки концепций проектов в области креативных индустрий.</p> <p>Умеет: формулировать перспективные бизнес-идеи и разрабатывать содержательные концепции проектов, адаптированные к специфике сферы креативных индустрий.</p> <p>Владеет: навыками генерации бизнес-идей и технологиями проектирования концепций, направленных на реализацию инновационных решений в сфере креативных индустрий.</p>
	ПК-1.4 Организует и координирует реализацию креативных проектов	<p>Знает: принципы организации и этапы координации реализации проектов в сфере креативных индустрий, включая распределение ресурсов и управление командами.</p> <p>Умеет: организовывать полный цикл реализации креативных проектов и координировать взаимодействие участников для достижения поставленных целей.</p> <p>Владеет: навыками планирования, организации и координации процессов, обеспечивающими успешную реализацию инновационных креативных проектов.</p>

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	Полностью освоенное, применяемое в

			стандартных ситуациях умение	стандартных ситуациях умение
НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частично владеет навыками	В целом владеет навыком	Свободно владеет навыком

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

Тестовые задания с одним вариантом ответа

1. Что является ключевым активом креативной компании?

- a) Основные средства (здания, оборудование)
- b) Интеллектуальная собственность и нематериальные активы
- c) Запасы готовой продукции
- d) Денежные средства в кассе

Ответ: b

2. Какой метод ценообразования основан на воспринимаемой ценности продукта для потребителя?

- a) Затратный метод
- b) Рыночный метод (следование за конкурентом)
- c) Параметрический (ценностный) метод
- d) Метод средних издержек

Ответ: c

3. Что означает аббревиатура LTV в unit-экономике?

- a) Long-term value (пожизненная ценность клиента)
- b) Low transaction volume
- c) Large traffic value
- d) Linear time variance

Ответ: a

4. Какие издержки относятся к переменным в креативной студии?

- a) Аренда офиса
- b) Оплата программного обеспечения по подписке
- c) Закупка материалов для конкретного проекта
- d) Зарплата бухгалтера

Ответ: c

5. Что такое краудфандинг как источник финансирования?

- a) Банковский кредит на развитие бизнеса
- b) Государственная субсидия для малого бизнеса
- c) Коллективное финансирование проекта через специализированные платформы
- d) Инвестиции от венчурного фонда

Ответ: c

6. Какой показатель характеризует объем продаж, при котором проект перестает быть убыточным?

- a) Рентабельность продаж
- b) Точка безубыточности (BEP)
- c) Чистая приведенная стоимость (NPV)
- d) Коэффициент ликвидности

Ответ: b

7. Что из перечисленного является примером косвенного сетевого эффекта?

- a) Чем больше пользователей в соцсети, тем ценнее она для каждого из них

- b) Чем больше разработчиков создают приложения для платформы, тем ценнее платформа для пользователей
- c) Чем выше цена, тем выше спрос
- d) Чем больше конкурентов, тем ниже цена

Ответ: b

8. Какая концепция рассматривает внимание потребителя как ограниченный ресурс?

- a) Экономика масштаба
- b) Экономика внимания
- c) Бережливое производство
- d) Институциональная экономика

Ответ: b

9. Что такое роялти в контексте интеллектуальной собственности?

- a) Единовременный платеж за патент
- b) Периодические отчисления за использование авторских прав
- c) Государственная пошлина за регистрацию товарного знака
- d) Страховой взнос

Ответ: b

10. Какой метод оценки инвестиционных проектов учитывает временную стоимость денег?

- a) Срок окупаемости (Payback Period)
- b) Бухгалтерская рентабельность инвестиций
- c) Чистая приведенная стоимость (NPV)
- d) Точка безубыточности

Ответ: c

Тестовые задания с несколькими правильными ответами

11. Какие характеристики присущи креативному продукту как экономическому благу?

(Выберите 3 варианта)

- a) Нематериальные активы составляют основу ценности
- b) Продукт всегда имеет высокую себестоимость материалов
- c) Важную роль играет интеллектуальная собственность
- d) Продукт может быть опытным благом
- e) Продукт не требует маркетинга

Ответ: a, c, d

12. Какие методы относятся к маркетинговым исследованиям в креативной сфере?

(Выберите 3 варианта)

- a) Кабинетные исследования (анализ вторичных данных)
- b) Полевые исследования (опросы, интервью)
- c) Инвентаризация основных средств
- d) Анализ поисковых запросов и социальных сетей
- e) Бухгалтерский учет

Ответ: a, b, d

13. Какие виды потерь (Muda) выделяют в концепции бережливого производства?

(Выберите 3 варианта)

- a) Перепроизводство
- b) Излишние запасы
- c) Рост прибыли
- d) Дефекты и переделки
- e) Увеличение клиентской базы

Ответ: a, b, d

14. Какие источники финансирования характерны для креативных стартапов на ранней стадии?

(Выберите 3 варианта)

- a) Собственные средства основателей
- b) Краудфандинг
- c) Бизнес-ангелы
- d) Крупные банковские кредиты без залога
- e) Размещение акций на бирже (IPO)

Ответ: a, b, c

15. Какие показатели используются в unit-экономике?

(Выберите 3 варианта)

- a) САС (стоимость привлечения клиента)
- b) LTV (пожизненная ценность клиента)
- c) ВВП на душу населения
- d) Маржинальность
- e) Ключевая ставка ЦБ

Ответ: a, b, d

16. Какие объекты относятся к интеллектуальной собственности в креативных индустриях?

(Выберите 3 варианта)

- a) Авторские права на произведения искусства
- b) Товарные знаки и бренды
- c) Здания и сооружения
- d) Патенты на промышленные образцы
- e) Денежные средства на расчетном счете

Ответ: a, b, d

17. Какие факторы влияют на ценообразование в креативных индустриях?

(Выберите 3 варианта)

- a) Себестоимость материалов и труда
- b) Уникальность и художественная ценность
- c) Цены конкурентов на аналогичные продукты
- d) Курс доллара (всегда)
- e) Размер уставного капитала компании

Ответ: a, b, c

18. Какие виды ценовых стратегий применяются в креативном бизнесе?

(Выберите 2 варианта)

- a) Стратегия пакетирования (bundle)
- b) Стратегия премиального ценообразования
- c) Стратегия обязательной индексации цен
- d) Стратегия фиксированных государственных цен

Ответ: a, b

19. Какие элементы включает в себя финансовая модель креативного проекта?

(Выберите 3 варианта)

- a) Прогноз доходов
- b) Прогноз расходов
- c) Штатное расписание без стоимостной оценки
- d) План движения денежных средств (Cash Flow)
- e) Философия бренда

Ответ: a, b, d

20. Какие методы оценки инвестиционных проектов учитывают временную стоимость денег?

(Выберите 2 варианта)

- a) Чистая приведенная стоимость (NPV)
- b) Внутренняя норма доходности (IRR)
- c) Простой срок окупаемости
- d) Бухгалтерская норма прибыли

Ответ: a, b

21. Какие преимущества дает использование принципов Lean в креативных проектах?

(Выберите 2 варианта)

- a) Минимизация издержек
- b) Ускорение вывода продукта на рынок
- c) Гарантированный успех проекта
- d) Увеличение бюрократической нагрузки

Ответ: a, b

22. Какие функции выполняет креативный кластер как экономическая модель?

(Выберите 3 варианта)

- a) Снижение транзакционных издержек
- b) Обмен знаниями и опытом
- c) Изоляция от внешнего рынка
- d) Привлечение талантов и инвестиций
- e) Создание замкнутого производства без внешних связей

Ответ: a, b, d

23. Какие статистические методы используются для обработки маркетинговых данных?

(Выберите 2 варианта)

- a) Расчет среднего и медианы
- b) Корреляционный анализ
- c) Метод двойной записи
- d) Инвентаризация

Ответ: a, b

24. Какие особенности характерны для спроса на креативные продукты?

(Выберите 2 варианта)

- a) Высокая степень неопределенности
- b) Зависимость от моды и трендов
- c) Абсолютная предсказуемость
- d) Полное отсутствие эластичности

Ответ: a, b

25. Какие виды интеллектуальной собственности могут приносить доход в виде роялти?

(Выберите 2 варианта)

- a) Авторские права на музыкальные произведения
- b) Товарные знаки
- c) Основные средства
- d) Материальные запасы

Ответ: a, 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

Примерные вопросы к экзамену:

1. Понятие креативной экономики и её роль в современном мире.
2. Глобальные тренды развития креативных индустрий.
3. Структура рынка креативных индустрий: основные сектора.
4. Специфика креативного продукта как экономического блага.
5. Роль микропредприятий и фриланса в креативной экономике.
6. Креативный кластер как экономическая модель.
7. Методы маркетинговых исследований в креативной сфере.
8. Перевод качественных данных в количественные показатели.
9. Методы определения емкости и доли рынка.
10. Оценка потребительского спроса и эластичности в креативных индустриях.
11. Статистические методы обработки данных: среднее, медиана, корреляция.
12. Теория спроса и предложения применительно к уникальным товарам.
13. Издержки производства в креативной сфере: постоянные и переменные.
14. Эффект масштаба и его границы в креативных индустриях.
15. Концепция бережливого производства (Lean) в креативных проектах.
16. Виды потерь (Muda) в креативных проектах и способы их устранения.
17. Картирование потока создания ценности для выявления неэффективных затрат.
18. Методы ценообразования в креативных индустриях: затратный метод.
19. Методы ценообразования: рыночный и параметрический (ценностный) подходы.
20. Ценностное ценообразование: как оценить и монетизировать уникальность.
21. Ценовые стратегии в креативном бизнесе (скидки, пакетирование, премиум).
22. Психология восприятия цены потребителем.
23. Понятие финансовой модели и её элементы.
24. Unit-экономика: расчет SAC, LTV, маржинальности.
25. Построение отчета о прибылях и убытках (P&L) и плана движения денежных средств.
26. Точка безубыточности (BEP) и её расчет для креативного проекта.
27. Источники финансирования креативных проектов: собственные средства, краудфандинг, гранты.
28. Специфика привлечения инвестиций в креативные стартапы.
29. Методы оценки инвестиционных проектов: NPV, IRR, срок окупаемости.
30. Интеллектуальная собственность как ключевой актив креативной компании. Лицензионные платежи и роялти.

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

Оценивание знаний обучающихся осуществляется по 4-балльной шкале при проведении экзаменов и зачетов с оценкой (оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно») или 2-балльной шкале при проведении зачета («зачтено», «не зачтено»).

При прохождении обучающимися промежуточной аттестации оцениваются:

1. Полнота, четкость и структурированность ответов на вопросы, аргументированность выводов.
2. Качество выполнения практических заданий (при их наличии): умение перевести теоретические знания в практическую плоскость; использование правильных форматов и методологий при выполнении задания; соответствие результатов задания поставленным требованиям.
3. Комплексность ответа: насколько полно и всесторонне обучающийся раскрыл

тему вопроса и обратился ко всем ее аспектам.

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> <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.</p>

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