

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.01 ВВЕДЕНИЕ В КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ

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:

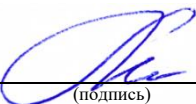
Декан ФУБ



/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: Сформировать компетенции обучающихся в области теории и практики креативных (творческих, культурных) индустрий.

Задачи:

- познакомить обучающихся с основными формами и видами креативных индустрий;
- сформировать у обучающихся компетенции в области аналитики и практики креативных индустрий;
- сформировать у обучающихся понимание о базовых концепциях и предназначении креативной сферы современной экономики и её роли в системе современной культуры.

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: 1 семестр.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.2. Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации	Знает: способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации Умеет: планировать траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации Владет: навыком планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Введение в креативные индустрии» для студентов всех форм обучения, реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по

направлению подготовки 38.03.01 Экономика составляет: 3 зачетные единицы (108 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
	Очная
Аудиторные занятия	36
<i>в том числе:</i>	
Лекции	18
Практические занятия	18
Лабораторные работы	-
Самостоятельная работа	36
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	-
Промежуточная аттестация:	
Вид	Экзамен – 1 семестр
Трудоемкость (час.)	36
Общая трудоемкость з.е. / часов	3 з.е. / 108 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	Понятие и структура креативных индустрий	2	2	-	4
2	Креативный продукт и его особенности	2	2	-	4
3	Креативный класс и человеческий капитал	2	2	-	4
4	Креативные кластеры и городская среда	2	2	-	4
5	Интеллектуальная собственность как основа бизнеса	2	2	-	4
6	Модели монетизации в креативных индустриях	2	2	-	4
7	Влияние цифровых технологий на креативные индустрии	2	2	-	4
8	Креативные индустрии в системе мировой экономики	2	2	-	4
9	Предпринимательство в креативных индустриях	2	2	-	4
Итого (часов)		18	18	-	36
Форма контроля:		Экзамен			36
Всего по дисциплине:		108 / 3 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Понятие и структура креативных индустрий

Вводная тема, посвященная истории возникновения термина «креативные индустрии» и его эволюции. Студенты изучат основные классификации и модели (модель DCMS Великобритании, модель символических текстов, концентрические круги Д. Тросби). Будет проведен анализ отличий креативных индустрий от культурного наследия, искусства и масс-медиа, а также дано определение ключевых секторов: реклама, архитектура, дизайн, мода, IT/софт, кино, музыка, исполнительские искусства, издательское дело и др.

2. Креативный продукт и его особенности

Тема фокусируется на микроэкономической специфике товаров и услуг в креативном секторе. Рассматриваются понятия «опытного блага» (experience goods), неопределенности спроса («никто не знает»), высокой доли фиксированных (невозвратных) затрат на создание контента и низких издержек тиражирования. Также изучается феномен «длинного хвоста» (Крис Андерсон) и его влияние на формирование ассортимента в цифровую эпоху.

3. Креативный класс и человеческий капитал

Социологический и управленческий аспект креативной экономики. Тема посвящена теории креативного класса Ричарда Флориды и ее критике. Студенты узнают, кто такие представители «суперкреативного ядра» и «креативные профессионалы». Рассматриваются вопросы мотивации творческих работников, особенности фриланса и проектной занятости, а также понятие толерантности и «3Т» экономического развития (Технологии, Талант, Толерантность).

4. Креативные кластеры и городская среда

Анализ взаимосвязи креативных индустрий и городского пространства. Изучается теория джентрификации и роль креативных пространств (лофты, арт-центры, технопарки) в развитии городских территорий. Рассматриваются успешные мировые кейсы: лофты Сохо в Нью-Йорке, район Шордич в Лондоне, Винзавод в Москве, креативные кластеры «Севкабель Порт» и «Люмьер-холл».

5. Интеллектуальная собственность как основа бизнеса

Введение в правовые и экономические механизмы защиты результатов творческого труда. Тема объясняет, как устроены авторское право и смежные права в музыке, литературе, кинематографе и софте. Рассматриваются понятия роялти, лицензирования, копирайта и копилефта, патентов и товарных знаков (брендинг). Дается начальное понимание, как интеллектуальная собственность превращается в актив и монетизируется.

6. Модели монетизации в креативных индустриях

Обзорная тема без углубления в математические расчеты (отсылка к будущим спецкурсам). Рассматриваются основные способы заработка в разных секторах: от продажи билетов (театры) и подписки (стриминг) до краудфандинга, спонсорства, меценатства и государственного финансирования (гранты). Отдельно обсуждается феномен «бесплатной экономики» (freemium) в цифровой среде.

7. Влияние цифровых технологий на креативные индустрии

Анализ того, как интернет, социальные сети и новые форматы изменили производство и потребление контента. Изучаются NFT и блокчейн в искусстве, виртуальная (VR) и дополненная (AR) реальность, видеоигры как креативная индустрия, роль стриминговых платформ (Spotify, Netflix) в формировании привычек потребителей. Тема также затрагивает проблему цифрового пиратства и новые способы его преодоления.

8. Креативные индустрии в системе мировой экономики

Макроэкономический взгляд на предмет. Оценка вклада креативных индустрий в мировой ВВП, занятость населения и экспорт. Рассматриваются тренды развития культурных и креативных рынков в разных странах (США, Европа, Азия). Вводится понятие «мягкой силы» и культурной дипломатии (распространение культурного влияния через кино, музыку, моду и гастрономию).

9. Предпринимательство в креативных индустриях

Завершающая тема, готовящая студентов к практической деятельности. Рассматривается специфика стартапов в творческой сфере: от идеи до создания креативного бизнеса. Изучаются особенности бизнес-моделирования (канвас Остервальдера применительно к культуре), принципы фандрайзинга, питчинга проектов, а также роль нетворкинга и комьюнити для успеха креативного предпринимателя.

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. 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. Аликперов, И. М. Фандрайзинг в креативных индустриях : учебное пособие : [16+] / И. М. Аликперов. – 2-е изд. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 152 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697144>

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--90agcbacgim.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--90agcbacgim.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://realybiz.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.01 ВВЕДЕНИЕ В КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ

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
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.2. Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации	Знает: способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации Умеет: планировать траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации Владеет: навыком планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации

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

Часть 1. Вопросы с единственно верным ответом

1. Согласно теории Ричарда Флориды, какие три условия (3Т) необходимы для привлечения креативного класса и экономического роста города?

- A. Традиции, Труд, Терпение
- B. Технологии, Талант, Толерантность**
- C. Творчество, Транспорт, Товары
- D. Транснациональность, Территория, Тангибельность (осязаемость)

2. Как в экономике креативных индустрий называется феномен, при котором компания может получать значительную выручку за счет продажи огромного количества нишевых товаров, каждый из которых продается редко?

- A. Эффект масштаба
- B. Синдром упущенной выгоды
- C. **Феномен «длинного хвоста» (The Long Tail)**
- D. Теория разбитых окон

3. К какой категории благ с точки зрения экономики относятся фильмы, книги или музыка до момента их потребления, поскольку потребитель не может заранее точно оценить их качество?

- A. Товары повседневного спроса (FMCG)
- B. Товары Гиффена
- C. **Опытные блага (Experience goods)**
- D. Общественные блага

4. Какая модель описывает структуру креативных индустрий, располагая их в виде концентрических кругов, где в центре находятся «чистые» искусства (литература, музыка, исполнительские искусства), а на периферии — смежные отрасли?

- A. Модель DCMS (Великобритания)
- B. **Модель концентрических кругов Д. Тросби**
- C. Модель WIPO (авторского права)
- D. Теория диффузии инноваций

5. Процесс обновления городских районов, часто связанный с притоком креативного класса и последующим ростом цен на недвижимость, что приводит к вытеснению прежних жителей, называется:

- A. Урбанизация
- B. Реновация
- C. **Джентрификация**
- D. Конгломерация

Часть 2. Вопросы с множественным выбором

(В каждом вопросе может быть от 2 до 4 правильных ответов)

6. Какие из перечисленных секторов традиционно включаются в классификацию креативных индустрий согласно модели DCMS (Великобритания)?

- Добыча полезных ископаемых
- **Реклама и маркетинг**
- **Архитектура**
- Строительство жилых комплексов
- **Дизайн и мода**
- **Разработка программного обеспечения и видеоигры**

7. Какие из перечисленных характеристик свойственны креативному продукту как «опытному благу»?

- **Потребитель не может оценить качество продукта до его потребления.**
- Цена продукта строго регулируется государством.
- **Успех продукта на рынке трудно предсказать (принцип «никто не знает»).**
- Продукт всегда имеет фиксированную форму и не подлежит изменениям.
- **Большое значение имеет мнение критиков и «сарафанное радио».**

8. Какие способы монетизации наиболее характерны для креативных индустрий в цифровую эпоху?

- Продажа сырьевых товаров на бирже
- **Модель подписки (Spotify, Netflix)**
- **Краудфандинг (Planeta.ru, Kickstarter)**
- Лизинг оборудования
- **Модель Freemium (бесплатный базовый доступ + платный функционал)**

9. Какие активы относятся к интеллектуальной собственности и могут быть защищены законом?

- **Товарный знак (бренд)**
- Бетонная стена здания
- **Авторское право на музыкальное произведение**
- **Патент на промышленный образец (дизайн)**
- Денежные средства на расчетном счете

10. Какие из перечисленных явлений являются следствием влияния цифровых технологий на креативные индустрии?

- **Появление NFT (невзаимозаменяемых токенов) как способа подтверждения подлинности цифрового искусства.**
- Исчезновение видеоигр как вида искусства.
- **Трансформация рынка музыки от продажи альбомов к стримингу.**
- **Демократизация производства контента (любой может снять кино на смартфон).**
- Полное исчезновение пиратства благодаря блокчейну.

11. Какие из перечисленных утверждений верно описывают понятие «креативный кластер»?

- **Это пространственно сконцентрированная группа взаимосвязанных творческих компаний и организаций.**
- Это исключительно онлайн-платформа для фрилансеров.
- **Они часто размещаются в бывших промышленных зданиях (лофты, заводы).**
- **Их развитие способствует ревитализации (оживлению) городских районов.**
- Они всегда строятся с нуля на окраинах города по генплану.

12. Какие профессии, согласно теории Р. Флориды, относятся к «суперкреативному ядру»?

- **Ученые и инженеры**
- Бухгалтеры и аудиторы
- **Писатели и художники**
- **Архитекторы и дизайнеры**
- Работники конвейерного производства

13. Какие факторы делают управление творческими коллективами и проектами в креативных индустриях специфичным?

- **Высокая автономия сотрудников и неприятие жесткой иерархии.**
- Необходимость строгого соблюдения уставного распорядка с 9 до 18.
- **Мотивация часто связана не только с деньгами, но и с самореализацией.**
- Результат труда всегда легко стандартизировать и измерить.
- **Преобладание проектной и фриланс-занятости над постоянной работой в штате.**

14. Что из перечисленного относится к особенностям экономики креативных индустрий, объясняющим высокие риски?

- **Высокие затраты на создание первого экземпляра и низкие затраты на копирование.**
- Гарантированный спрос на любой продукт известного автора.
- **Неопределенность реакции аудитории (hit-driven industry).**
- Отсутствие конкуренции на рынке.
- **Короткий жизненный цикл многих продуктов (актуальность трендов).**

15. Каким образом креативные индустрии способствуют развитию "мягкой силы" (soft power) государства?

- Популяризация национального кино и музыки за рубежом.
- Формирование моды на национальную кухню и дизайн.
- Строительство военных баз в других странах.
- Продвижение языка и литературы через международные культурные программы.
- Введение торговых санкций.

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. Дайте определение понятию «креативные индустрии». Какие сектора экономики они включают?
2. Опишите основные модели классификации креативных индустрий (модель DCMS, модель символических текстов, концентрические круги Д. Тросби). В чем их принципиальное различие?
3. Чем креативные индустрии отличаются от сферы культурного наследия, традиционного искусства и масс-медиа?
4. Объясните понятие «опытное благо» (experience goods) применительно к продуктам креативных индустрий. Приведите примеры.
5. В чем суть принципа «никто не знает» (nobody knows) в креативной экономике?
6. Какова структура затрат на создание креативного продукта? Объясните феномен высокой доли фиксированных затрат и низких издержек тиражирования.
7. Раскройте суть концепции «длинного хвоста» Криса Андерсона. Как цифровые платформы повлияли на формирование ассортимента?
8. Кто такой «креативный класс» по версии Ричарда Флориды? Чем «суперкреативное ядро» отличается от «креативных профессионалов»?
9. Каковы особенности мотивации и занятости творческих работников (фриланс, проектная работа)?
10. Раскройте теорию «3Т» экономического развития (Технологии, Талант, Толерантность). Какой вклад она вносит в понимание креативной экономики?
11. Что такое креативный кластер? Какую роль он играет в развитии городской среды?
12. Объясните связь между креативными индустриями и процессом джентрификации.
13. Приведите примеры успешных креативных пространств (как мировых, так и российских). В чем секрет их успеха?
14. Почему защита интеллектуальной собственности является критически важной для креативных индустрий?
15. В чем разница между авторским правом и смежными правами?
16. Объясните понятия: роялти, лицензирование, копирайт и копилефт. Как интеллектуальная собственность может стать активом компании?
17. Перечислите основные прямые и косвенные способы монетизации в креативных индустриях (на примере театра, музыкального стриминга или разработки игр).
18. Что такое краудфандинг, и почему он популярен в творческих проектах?
19. В чем суть модели «freemium» и как она работает в цифровой креативной среде?

20. Как стриминговые платформы (Spotify, Netflix) изменили производство и потребление контента?
21. Какое влияние оказывают видеоигры на современную креативную экономику?
22. Опишите потенциал использования технологий VR (виртуальной реальности) и AR (дополненной реальности) в искусстве и развлечениях.
23. Что такое NFT и блокчейн? Какую проблему для художников и авторов они попытались решить?
24. Каков вклад креативных индустрий в мировой ВВП и занятость населения?
25. Что такое «мягкая сила» и как креативные индустрии (кино, музыка, мода) способствуют культурной дипломатии?
26. Сравните основные тренды развития креативных рынков в США, Европе и Азии.
27. В чем заключается специфика стартапов в творческой сфере по сравнению с технологическими стартапами?
28. Как можно применить канву бизнес-модели (канвас Остервальдера) для креативного проекта?
29. Что такое фандрайзинг и питчинг? Почему эти навыки важны для креативного предпринимателя?
30. Какую роль играют нетворкинг и комьюнити в успехе креативного бизнеса?

Критерии оценивания

4-балльная шкала и 2-балльная шкалы	Критерии
«Отлично» или «зачтено»	<ol style="list-style-type: none"> 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. 2. Обучающийся успешно переносит свои теоретические знания в практическую реализацию. Выполненные задания соответствуют высокому уровню качества, включая использование правильных форматов, методологий и инструментов. 3. Обучающийся анализирует и оценивает различные аспекты темы, демонстрируя способность к критическому мышлению и самостоятельному исследованию.
«Хорошо» или «зачтено»	<ol style="list-style-type: none"> 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. 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. 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.
«Удовлетворительно» или «зачтено»	<ol style="list-style-type: none"> 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. 2. Обучающийся способен перенести теоретические знания в практические задания, но недостаточно уверен в верности примененных

	<p>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>
<p>«Неудовлетворительно» или «не зачтено»</p>	<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.