

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

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

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ

Направление подготовки 50.03.01 ИСКУССТВО И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Профиль подготовки: АРТ-БИЗНЕС И УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, заочная

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

1. Перечень компетенций

Формируемые компетенции	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочных средств (опрос, доклад, реферат, курсовая работа, тест, творческое задание, проект, вопросы/задания промежуточной аттестации и др.)/ шифр раздела (пункт/подпункт) в данном документе
<p>ПК-1 Готов к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства</p>	<p>1.1. Демонстрирует знания терминологии, направлений, школ, современных тенденций менеджмента и позиции российской управленческой мысли российской управленческой мысли</p> <p>ПК-1.2. Использует знания технологий менеджмента, умения по применению таковых на практике и владеет данными технологиями в сфере культуры и искусства</p> <p>ПК-1.3. Знает маркетинг и особенности ценообразования в сфере культуры и искусства</p> <p>ПК-1.4. Владеет методами принятия стратегических,</p>	<p>Знать: базовые положения технологий менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства.</p> <p>Уметь: ориентироваться в базовых положениях технологий менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства; распознавать и свободно применять технологии менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства.</p> <p>Владеть: применением на практике новых знаний и умений, приобретенных с помощью технологий менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства</p>	<p>Задания практико-ориентированного и/или исследовательского уровня</p> <p>Темы докладов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Характеристика культурных и креативных индустрий (общее и различное). 2. Ричард Флорида – концепция «креативного класса». <p>Презентация проектной заявки стартапа в сфере креативных индустрий</p>

Формируемые компетенции	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочных средств (опрос, доклад, реферат, курсовая работа, тест, творческое задание, проект, вопросы/задания промежуточной аттестации и др.)/ шифр раздела (пункт/подпункт) в данном документе
	<p>тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организаций (предприятий) культуры и искусства ПК-1.5.</p> <p>Проводит стратегический анализ макро- и микросреды организации (предприятия), владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций</p>		
<p>ПК- 3 Способен осуществлять предпринимательскую деятельность в сфере культуры и искусства</p>	<p>ПК 3.1. - Разработка и реализация бизнес-планов создания нового бизнеса в сфере искусства и культуры;</p> <p>ПК 3.2. - Организация и ведение предпринимательской деятельности в сфере искусства и культуры.</p>	<p>Знать: основы хозяйственного, договорного и авторского права, основы организации предпринимательской деятельности и бизнес планирования, основы стратегического и финансового менеджмента, технологии принятия предпринимательских решений; механизмы функционирования предприятия в сфере</p>	<p>Семинары по теме</p> <p>«Зарубежный опыт развития креативных индустрий: модели, стратегии и лучшие практики»</p> <p>«Государственная поддержка креативных индустрий в России: институты, меры и перспективы»</p> <p>«Основные отрасли креативной</p>

Формируемые компетенции	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочных средств (опрос, доклад, реферат, курсовая работа, тест, творческое задание, проект, вопросы/задания промежуточной аттестации и др.)/ шифр раздела (пункт/подпункт) в данном документе
		<p>искусства и культуры; сущность предпринимательского риска и основные способы его снижения;</p> <p>Уметь: выявлять рыночные возможности; разрабатывать бизнес-планы создания новых организаций (направлений деятельности, продуктов) в сфере культуры и искусства; планировать потребности в материальных ресурсах и персонале, координировать предпринимательскую деятельность с партнерами и другими участниками рынка; обеспечивать юридически корректное оформление сделок, включая авторские права и защиту интеллектуальной собственности;</p> <p>ГОТОВИТЬ</p>	<p>экономики: структура, тенденции и перспективы»</p> <p>Презентация проектной заявки стартапа в сфере креативных индустрий</p>

Формируемые компетенции	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочных средств (опрос, доклад, реферат, курсовая работа, тест, творческое задание, проект, вопросы/задания промежуточной аттестации и др.)/ шифр раздела (пункт/подпункт) в данном документе
		<p>организационные и распорядительные документы, необходимые для создания/прекращения предпринимательских структур.</p> <p>Владеть навыками принятия предпринимательских решений, поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, навыками управления финансами организации культуры и искусства, планирования бюджета и оценки рисков.</p>	

2. Типовые и оригинальные контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине (оценочные средства). Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.

2.3. Задания практико-ориентированного и/или исследовательского уровня

Темы докладов:

Раздел 1. Культурные и креативные индустрии. Основные понятия и подходы к определению. Феномен креативной индустрии

3. Характеристика культурных и креативных индустрий (общее и различное).
4. Ричард Флорида – концепция «креативного класса».

Темы семинаров

Раздел 3. Зарубежный опыт развития креативных индустрий

«Зарубежный опыт развития креативных индустрий: модели, стратегии и лучшие практики»

Цель семинара:

1. Анализ успешных кейсов и государственных стратегий развития креативных индустрий в разных странах для выявления применимых решений в российской практике.

2. Страновые кейсы

Европа: Великобритания, Германия, Франция.

Азия: Южная Корея, Япония, Китай.

США и другие регионы: Австралия, Бразилия.

3. Инструменты поддержки

- Финансирование (гранты, налоговые льготы).

- Инфраструктура (креативные кластеры, арт-резиденции).

- Образование и международное сотрудничество.

4. Дискуссия

- Какие стратегии применимы в России?

- Риски и барьеры внедрения зарубежного опыта.

Список литературы

1. Тросби, Д. Экономика и культура / Д. Тросби; пер. с англ. А. Степанова. — М.: Изд. дом ВШЭ, 2013. — 256 с.
2. Флорида, Р. Креативный класс. Люди, которые создают будущее / Ричард Флорида. — Москва : Манн, Иванов и Фербер. — 2016 — 420 с.
3. Креативные индустрии: учеб. Пособие / Е.В. Зеленцова, Е.Х. Мельвиль, М. В.

- Видео: Документальный фильм «The Creative Brain» - о нейронауке и творчестве.

- Кейсы: Успех японской аниме-индустрии (Studio Ghibli) и немецких креативных хабов (Berghain, Bauhaus).

Формат работы на семинаре:

- Презентации участников по страновым кейсам.

- Деловая игра: «Разработка стратегии для региона».

Раздел 4. Государственная культурная политика РФ в сфере креативных индустрий

«Государственная поддержка креативных индустрий в России: институты, меры и перспективы»

Цель семинара:

Анализ роли государства в развитии креативных индустрий в РФ, включая правовые, финансовые и инфраструктурные механизмы поддержки.

План семинара

Роль государства в регулировании и поддержке сектора.

Фонды и агентства (РФРКИ, Фонд «Креативные практики»).

Креативные кластеры («Креатон», региональные хабы).

Гранты (Президентский фонд культурных инициатив).

Законодательные инициативы.

Авторское право и интеллектуальная собственность.

Дискуссия

Эффективность существующих мер.

Проблемы и перспективы развития.

Список литературы:

1. Концепция развития креативных индустрий в Российской Федерации [Текст] / Правительство РФ. - М., 2021. - 56 с.
2. Кузнецова, Т. Е Креативные индустрии в России: экономика и управление [Текст] / Т. Е. Кузнецова. - М.: ИНФРА-М, 2022. - 198 с. (Анализ государственных программ и их влияния на развитие сектора.)

Формат работы:

- Анализ документов в малых группах.
- Презентация предложений по улучшению мер поддержки.

Критерии оценки:

- Знание государственных программ.
- Предложения по решению выявленных проблем.

Раздел 5. Основные отрасли креативной экономики

«Основные отрасли креативной экономики: структура, тенденции и перспективы»

Цель семинара:

Изучение ключевых секторов креативной экономики, их вклада в ВВП и особенностей развития в России и мире.

План семинара

Определение креативной экономики и её отличие от традиционных секторов.

Критерии отнесения отраслей к креативным (по классификации DCMS, ЮНЕСКО).

Анализ ключевых отраслей

- Аудиовизуальный сектор: кино, анимация, ТВ.
- Музыкальная индустрия: лейблы, стриминг, live-ивенты.
- Геймдев и IT: разработка игр, VR/AR, софт.
- Дизайн и мода: цифровые технологии в дизайне.
- Архитектура и урбанистика: креативные кластеры.

Тренды и вызовы

- Цифровизация (NFT, метавселенные).
- Государственная поддержка vs. рыночные механизмы.

Дискуссия

Какие отрасли наиболее перспективны для инвестиций?

Как меняется структура креативной экономики под влиянием технологий?

Список литературы

Кузнецова, Т. Е. Креативные индустрии в России: экономика и управление [Текст] / Т. Е. Кузнецова. — М.: ИНФРА-М, 2022. - 198 с.

Анализ российских отраслей креативной экономики и их специфики.)

Дополнительные материалы

- Кейсы: Успех BTS

Формат работы:

- Мини-презентации по секторам (разбор на примерах).
- Деловая игра: «Запуск стартапа в выбранной отрасли».

Критерии оценки:

- Понимание структуры креативной экономики.
- Умение анализировать успешные кейсы.

Подготовка презентации стартапа в сфере креативных индустрий Требования к презентации

1. Четкая структура

Обязательные блоки: проблема, решение, продукт, рынок, бизнес-модель, команда, финансы.

Логика: от проблемы → к решению → коммерциализации.

2. Визуальный стиль

Фирменный дизайн: логотип, цветовая схема, шрифты (не более 2-х).

Минимум текста: ключевые тезисы + инфографика/изображения.

3. Убедительный титульный слайд

Название проекта.

Слоган

4. Описание проблемы

Конкретика: цифры, исследования (например: «70% независимых музыкантов не могут монетизировать контент»).

Визуализация: график, фото или короткое видео.

5. Представление продукта

Что это? (1–2 предложения).

Уникальность: чем отличается от аналогов.

-Демо: скриншоты, прототип, видео (до 30 сек).

6. Анализ рынка

Целевая аудитория (возраст, география, привычки).

Объем рынка.

Конкуренты: таблица сравнения

7. Бизнес-модель

Как зарабатываем: подписка, продажи, реклама, лицензии.

Финансовые прогнозы: выручка за 1–3 года (график).

8. Команда

Акцент на экспертизности.

Советники или партнеры (если есть).

9. Инвестиционные запрос

Сумма, сроки окупаемости.

На что пойдут деньги (разработка, маркетинг, зарплаты).

10. Ожидаемые результаты

ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ

Тест

проверка сформированных компетенций ПК-1

1. Что отличает менеджмент в креативных индустриях от традиционного?

- A) Жесткая иерархия и фиксированные процессы
- B) Акцент на творческую свободу при гибком планировании
- C) Полное отсутствие бюджетного контроля
- D) Использование только ручного труда

2. Какой метод управления чаще применяется в кино- и игровых проектах?

- A) Waterfall
- B) Lean Manufacturing
- C) Agile/Scrum
- D) Six Sigma

3. Что такое «креативный кластер»?

- A) Госучреждение для контроля цензуры
- B) Территория, объединяющая творческие бизнесы и стартапы
- C) Виртуальная платформа для хранения файлов
- D) Метод расчета ROI

4. Какой этап НЕ входит в цикл управления креативным проектом?
- A) Генерация идеи
 - B) Жесткое техническое задание без изменений
 - C) Тестирование MVP
 - D) Продвижение через сторителлинг
5. Какой инструмент используют для визуализации этапов проекта?
- A) SWOT-анализ
 - B) Канбан-доска (Trello/Miro)
 - C) Бюджетный калькулятор
 - D) HR-платформы
6. Что из перечисленного НЕ является soft skill креативного менеджера?
- A) Эмпатия
 - B) Умение работать с возражениями
 - C) Навык программирования
 - D) Креативное мышление
7. Какой показатель (KPI) важнее для арт-проекта?
- A) Количество упоминаний в СМИ
 - B) Окупаемость в первый месяц
 - C) Количество часов переработки
 - D) Число страниц в отчете
8. Что такое «Stage-Gate» в управлении проектами?
- A) Поэтапная модель с контрольными точками
 - B) Метод расчета зарплат
 - C) Вид криптовалюты
 - D) Техника мозгового штурма
9. Какой принцип Agile НЕ подходит для креативных индустрий?
- A) Итеративность
 - B) Жесткое следование изначальному плану
 - C) Гибкость к изменениям
 - D) Работа в кросс-функциональных командах
10. Какой документ НЕ нужен для питчинга креативного проекта?
- A) Презентация
 - B) Бизнес-план
 - C) Трудовая книжка
 - D) Moodboard
11. Что помогает преодолеть «креативный блок» у команды?
- A) Увеличение дедлайнов

- В) Метод мозгового штурма
- С) Запрет на обсуждения
- Д) Авторитарное управление

12. Что такое «moodboard»?

- А) Доска с визуальными референциями для проекта
- В) Финансовый отчет
- С) Штрафная система за опоздания
- Д) Техническое задание для разработчиков

13. Какой сектор креативных индустрий использует «геймификацию» в менеджменте?

- А) IT-стартапы
- В) Похоронные услуги
- С) Металлургия
- Д) Добыча угля

14. Кто разработал концепцию креативного класса?

- А) Ричард Флорида
- В) Джон Хокинс
- С) Дэвид Тросби
- Д) Чарльз Лэндри

15. Кто ввел понятие «культурные индустрии»?

- А) Чарльз Лэндри
- В) Джон Хокинс
- С) Теодор Адорно и Макс Хокхаймер
- Д) Джозеф Турой

Критерии оценивания:

Ответ верен – 1 балл

Ответ неверен – 0 баллов.

Тест

проверка сформированных компетенций ПК-3

1. Что такое арт-предпринимательство?

- А) Создание произведений искусства без цели заработка
- В) Коммерческая деятельность, связанная с производством и продажей культурных продуктов
- С) Благотворительные акции в музеях
- Д) Государственное финансирование театров

2. Какой бизнес-модели чаще всего придерживаются галереи современного искусства?

- А) Продажа билетов на вход
- В) Процент от продаж произведений художников
- С) Подписка на онлайн-контент

D) Реклама в соцсетях

3. Какой источник финансирования НЕ подходит для стартапа в сфере культуры?

- A) Краудфандинг
- B) Банковский кредит под залог недвижимости
- C) Гранты от фондов
- D) Спонсорская поддержка

4. Что такое «патернализм» в культурном предпринимательстве?

- A) Полная зависимость от государственного финансирования
- B) Самостоятельный поиск инвесторов
- C) Продажа искусства через интернет
- D) Создание франшизы

5. Какой цифровой инструмент чаще используют для продвижения арт-проектов?

- A) Социальные сети
- B) Банковские приложения
- C) Excel-таблицы
- D) Почтовые рассылки

6. Что из перечисленного НЕ является примером монетизации в искусстве?

- A) Проведение платных мастер-классов
- B) Продажа NFT-токенов
- C) Бесплатная раздача картин на улице
- D) Лицензирование изображений для брендов

7. Какой правовой аспект наиболее важен для арт-предпринимателя?

- A) Авторское право
- B) Налог на недвижимость
- C) Трудовой кодекс
- D) Таможенные пошлины

8. Что такое «фандрейзинг» в сфере культуры?

- A) Поиск финансирования через спонсоров и гранты
- B) Продажа билетов на концерты
- C) Производство сувениров
- D) Аренда помещений

9. Какой показатель (KPI) важен для арт-стартапа?

- A) Количество подписчиков в соцсетях
- B) Количество сотрудников в штате
- C) Размер офиса
- D) Количество часов работы

10. Что из перечисленного относится к гибридным моделям в культурном предпринимательстве?

- А) Сочетание коммерческих и некоммерческих проектов
- В) Работа только на грантах
- С) Отказ от цифровых технологий
- Д) Продажа исключительно через аукционы

Критерии оценивания:

Ответ верен – 1 балл

Ответ неверен – 0 баллов.

Критерии оценки (в баллах) в целом по тестированию предмета:

- в случае если из общего числа вопросов менее 50 % правильных ответов, при данном уровне результатов тестирование признается неудовлетворительным/ незачтено;
- в случае если из общего числа вопросов дано 50-74% правильных ответов тестирование признается удовлетворительным/ зачтено;
- в случае если из общего числа вопросов дано 75-95% правильных ответов результат тестирования признается хорошим/ зачтено;
- в случае если из общего числа вопросов правильные ответы даны на 96-100% вопросов, результат тестирования признается отличным/ зачтено.

Вопросы к зачету:

5. Характеристика культурных и креативных индустрий (общее и различное).
6. Понятие креативных индустрий.
7. Креативные профессии будущего – новые специальности в цифровую эпоху.
8. Кросс-культурные коллаборации – взаимодействие между разными креативными секторами.
9. Ричард Флорида – концепция «креативного класса» и «креативных городов».
10. Экономика культуры, связь между культурой и экономическим развитием.
11. Интеллектуальная собственность в креативной экономике.
12. Креативные города и урбанистика.
13. Цифровизация креативной экономики.
14. Креативное предпринимательство. Бизнес-модели для стартапов в творческих сферах.
15. Прекарность труда в креативных профессиях. Искусственный интеллект и будущее креативных профессий
16. Опыт развития креативных индустрий в Великобритании.
17. Опыт развития креативных индустрий в Японии.
18. Опыт развития креативных индустрий в США.
19. Опыт развития креативных индустрий в Южной Корее.
20. Государственная поддержка креативных индустрий в РФ.
21. Характеристика нормативно-правовой базы в РФ по поддержке сферы креативных индустрий.
22. Подготовка кадров для сферы креативных индустрий.
23. Основные отрасли креативной экономики.
24. Проектная деятельность - основа развития креативных индустрий
25. Виды проектов в креативных индустриях

26. Определение дизайн мышления и его основные принципы.
27. Ведущие теоретики концепции дизайн-мышления: Дэвид Келли, Тим Браун, Хассо Платтнер, Джейн Фултон Сургалл, Джон Колко и др.)
28. Характеристика этапов дизайн-мышления.
29. Проектный менеджмент в сфере креативных индустрий.
30. Продвижение креативных проектов.
31. Понятие интеллектуальной собственности в сфере креативных индустрий.
32. Урбанистика и проектирование креативных общественных пространств.
33. Командный менеджмент в сфере креативных индустрий.
34. Тенденции развития сферы креативных индустрий в РФ.

Шкала оценки тестовых заданий

Количество правильных ответов	Оценка уровня подготовки	
	Балл	Вербальный аналог
20-25	5	Отлично
19-15	4	Хорошо
14-11	3	Удовлетворительно
Менее 11	2	Неудовлетворительно

2.6. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Оценивание доклада и выступления на семинаре

Критерии	Показатели	баллы
Полнота, системность, прочность знаний (знания)	Изложение полученных знаний письменной форме, полное, в системе, в соответствии с требованиями учебной программы; допускаются единичные несущественные ошибки, самостоятельно исправляемые студентами	5-4
	Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего программного материала; допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя	3-2-
	Изложение учебного материала неполное, бессистемное, что препятствует усвоению последующей учебной информации; существенные ошибки, не исправляемые даже с помощью преподавателя	1-0

Шкала оценивания конспекта

Критерии	Показатели
Полнота, системность, прочность знаний (знания)	Изложение полученных знаний письменной форме, полное, в системе, в соответствии с требованиями учебной программы; допускаются единичные несущественные ошибки, самостоятельно исправляемые студентами
	Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего программного материала; допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя
	Изложение учебного материала неполное, бессистемное, что препятствует усвоению последующей учебной информации; существенные ошибки, неисправляемые даже с помощью преподавателя

Критерии оценки рецензии

Критерии оценки	Баллы
Самостоятельность выполнения работы	1
Творческий подход к осмыслению предложенной темы	2
Способность анализировать и резюмировано излагать основные идеи	2
Обоснованность, доказательность и оригинальность постановки и решения проблемы	2
Чёткость и структурированность изложения собственных мыслей	1
Грамотное оформление библиографии	1
Оформление рецензии	1
Максимальный балл: 10	

Критерии оценки презентации

Критерии	Максимальное количество баллов
Титульный слайд с заголовком	2
Дизайн слайдов	2
Использование дополнительных эффектов PowerPoint (смена слайдов, звук, графики)	2
Список источников информации	2
Широта кругозора	2
Логика изложения материала	2

Правильность и точность речи во время защиты проекта	2
ОРГАНИЗАЦИЯ	
Бонус	1
ОБЩИЕ БАЛЛЫ	15

Список литературы и источников
Основная литература

4. Бэнкс, М. Управление креативными проектами / М. Бэнкс; пер. с англ. Л. Волковой. - М.: Бомбора, 2019. -288 с.
5. Бэнкс, М. Креативный труд: нестабильность и неравенство в культурных профессиях / М. Бэнкс; пер. с англ. К. Иванова. - М.: Новое литературное обозрение, 2020. - 224 с.
6. Васильева, Е. В. Креативные индустрии: опытное проектирование : учебник / Е. В. Васильева, М. Л. Гунаре. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2021. – 191 с.
7. Гнедовский, М. Б. Культурные индустрии в современной России / М. Б. Гнедовский. - СПб.: Европейский университет, 2018. - 176 с.
8. Котлер, Ф. Маркетинг в креативных индустриях / Ф. Котлер, Д. Шефф. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. - 352 с.
9. Креативные индустрии: учеб. Пособие / Е.В. Зеленцова, Е.Х. Мельвиль, М. В. Румянцев и др. – Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2011. – 252 с.
10. Кузнецова, Т. Е. Креативные индустрии в России: экономика и управление / Т. Е. Кузнецова. - М.: ИНФРА-М, 2022. -198 с.
11. Лэндри, Ч. Креативный город / Ч. Лэндри; пер. с англ. И. Кушнareвой. - М.: Классика-XXI, 2005. - 399 с.
12. Тросби, Д. Экономика и культура / Д. Тросби; пер. с англ. А. Степанова. — М.: Изд. дом ВШЭ, 2013. — 256 с.
13. Флорида, Р. Креативный класс. Люди, которые создают будущее / Ричард Флорида. – Москва : Манн, Иванов и Фербер. – 2016 – 420 с.
14. Хезмондалш, Д. Культурные индустрии / Дэвид Хезмондалш ; перевод с английского И. Кушнareвой. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. – 453, [1] с.
15. Хокинс, Дж. Креативная экономика: Как люди зарабатывают на идеях / Дж. Хокинс; пер. с англ. В. Ноздриной. — М.: Альпина Паблишер, 2011. - 304 с.
16. Ярошенко Н.Н. История и методология теории социально-культурной деятельности: учебник; Изд. 2-е, испр. и доп.- М.: МГУКИ, 2013 – 446 с.

Дополнительная литература

1. О’Коннор, Д. Культурные индустрии: критический взгляд / Д. О’Коннор; пер. с англ. М. Петровой. — СПб.: Алетейя, 2019. — 180 с.

2. Райс, Э. Бизнес с нуля: метод Lean Startup / Э. Райс; пер. с англ. А. Андреева. — М.: Альпина Паблишер, 2021. — 240 с.
3. Салихов, Б. В. Креативный капитал в экономике знаний : монография / Б. В. Салихов. — 2-е издание. — Москва : Дашков и К, 2018. — 273 с.
4. Смородинская, Н. В. Креативное предпринимательство: теория и практика / Н. В. Смородинская. — М.: Изд-во РАНХиГС, 2020. — 210 с.
5. Ульяновский, А. В. Креативные индустрии: смена поколений и актуальных героев : учебное пособие / А. В. Ульяновский. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 350с.
6. Хестанов, Р. Креативные индустрии - модели развития / Руслан Хестанов. —Текст : электронный // Социологическое обозрение. — 2018. — № 3. — С. 173-192

Разработано в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Составитель:

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры педагогической теории и практики социально-культурной деятельности.

Ванина О.В.

Программа одобрена на заседании кафедры педагогической теории и практики социально-культурной деятельности 27.02.25, протокол № 8.

