

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

**Кафедра страхования и экономики социальной сферы
Финансовый факультет**

Документ подписан усиленной неквалифицированной электронной подписью
Организация: Финансовый университет при Правительстве РФ
Утверждено: Проректор по учебной и методической работе Е.А. Каменева
Сертификат: gb4SncOcN4DRtEqPITO/MjOPzX2kO6/f
Дата: 25.03.2025 г.

М. В. Безенкова, М. А. Селиванова

Продакт-менеджмент креативных индустрий

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.03.01 - Экономика

Образовательная программа:

Экономика и финансы

Профиль

Бизнес и финансы социальной сферы

Рекомендовано

Финансовый факультет

(протокол №56 от 20.05.2025)

Одобрено

Кафедра страхования и экономики социальной сферы

(протокол №19 от 23.04.2025)

Москва 2025

Содержание

Наименование разделов РПД		Стр.
1.	Наименование дисциплины	5
2.	Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	5
3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	8
4.	Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	8
5.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	9
5.1.	Содержание дисциплины	9
5.2.	Учебно-тематический план	10
5.3.	Содержание семинаров, практических занятий	11
6.	Перечень учебно-методического обеспечения для	14

	самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	
6.1.	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	14
6.2.	Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	17
7.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	18
8.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	25
9.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	27
10.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	28
11.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных	28

	справочных систем	
12.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	29

1. Наименование дисциплины

«Продакт-менеджмент креативных индустрий».

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения
ПKN-5	Способность составлять и анализировать финансовую, бухгалтерскую, статистическую отчетность и использовать результаты анализа для принятия управленческих решений	Применяет положения международных и национальных стандартов для составления и подтверждения достоверности отчетности организации.	Знать: положения международных и национальных стандартов для составления и подтверждения достоверности отчетности организаций креативных индустрий. Уметь: работать с положениями международных и национальных стандартов для составления и подтверждения достоверности отчетности организаций креативных индустрий.
		Использует результаты анализа финансовой, бухгалтерской, статистической отчетности при составлении финансовых планов, отборе инвестиционных	Знать: методы оценки результатов анализа финансовой, бухгалтерской, статистической отчетности при составлении финансовых планов, отборе

		х проектов и принятии оперативных решений на макро-, мезо- и микроуровнях.	инвестиционны х проектов и принятии оперативных решений на макро-, мезо- и микроуровнях организаций креативных индустрий. Уметь: интерпретирова ть результаты анализа финансовой, бухгалтерской, статистической отчетности при составлении финансовых планов, отборе инвестиционны х проектов и принятии оперативных решений на макро-, мезо- и микроуровнях организаций креативных индустрий.
ПКП-3	Способность использовать зарубежный опыт в целях совершенствования механизмов социальной политики Российской Федерации и ее субъектов, государственных внебюджетных фондов, обеспечения стабильности национальной экономики и социального	Выявляет успешный зарубежный опыт в целях совершенствования механизмов социальной политики.	Знать: успешные практики совершенствова ния механизмов социальной политики в области развития креативных индустрий. Уметь: подбирать примеры успешного зарубежного опыта в целях совершенствова ния механизмов

	мира		социальной политики в области развития креативных индустрий.
		Оценивает перспективность внедрения в России успешного зарубежного опыта в целях совершенствования механизмов социальной политики.	Знать: перспективность внедрения в России успешного зарубежного опыта в целях развития и совершенствования креативных индустрий. Уметь: выбирать подходящие успешные практики и оценивать перспективность внедрения в России зарубежного опыта в целях развития и совершенствования креативных индустрий.
ПКП-5	Способность готовить финансово-экономическое обоснование операций, выполняемых предпринимателями, предприятиями и организациями социальной сферы; анализировать и оценивать риски предприятий и организаций	Готовит финансово-экономическое обоснование операций, выполняемых предпринимателями, предприятиями и организациями социальной сферы.	Знать: методы оценки финансово-экономического обоснования операций, выполняемых предпринимателями, предприятиями и организациями креативных индустрий. Уметь: готовить финансово-экономическое обоснование

	социальной сферы, разрабатывать и осуществлять мероприятия по их снижению и страхованию		операций, выполняемых предпринимателями, предприятиями и организациями креативных индустрий.
		Формирует и реализует политику по выявлению, анализу и минимизации рисков предприятий и организаций социальной сферы.	Знать: как формировать и реализовывать политику по выявлению, анализу и минимизации рисков предприятий и организаций креативных индустрий. Уметь: формировать и реализовывать политику по выявлению, анализу и минимизации рисков предприятий и организаций креативных индустрий.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Продакт-менеджмент креативных индустрий» относится к «Модулю "Финансы креативных индустрий"»

4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Очная форма обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3/108	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	34	34
<i>Лекции</i>	16	16
<i>Семинары, практические занятия</i>	18	18
Самостоятельная работа	74	74
Вид текущего контроля	Контрольная работа;	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет;	Зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Основы продакт-менеджмента

Базовые концепции формирования продуктовой политики организации. Введение в продакт-менеджмент. Теория продакт-менеджмента. Функциональные обязанности продакт-менеджеров и брендменеджеров. Организационные структуры управления продуктовыми и брендинговыми структурными подразделениями. Эффективность управления продуктом. Специфика управления продуктом на конкретном рынке.

Тема 2. Особенности продакт-менеджмента в креативных индустриях

Маркетинговые исследования в области развития креативных индустрий. Формулировка и тестирование гипотез. Особенности продуктовой аналитики в креативных индустриях, основанных на информационно-телекоммуникационных технологиях, прикладном творчестве, историко-культурном наследии, на произведениях литературы и искусства, результатах издательской деятельности,

результатах исполнительской деятельности. Методы оценки эффективности и инвестиционной привлекательности креативного проекта. Управление командой и бюджетом проекта в креативных индустриях.

Тема 3. Создание и запуск креативного продукта

Создания креативного продукта: определение потребностей рынка, исследование конкурентной среды, формулирование идеи, разработка дорожной карты креативного продукта и создание пробной версии. Участники состава группы разработчиков креативного продукта (менеджеры по продуктам, менеджеры по проектам, дизайнеры, разработчики, маркетологи, продавцы, высшее руководство организации). Успешные примеры разработки креативных продуктов в России и в зарубежных странах. Основные тенденции развития креативных индустрий в части создания креативного продукта (инновационность, мотивация, интеграция, ценность, креативные компетенции, вдохновение, качество продукта, успех, впечатление).

Тема 4. Основные инструменты продвижения креативного продукта, обладающего уникальными свойствами

Современные маркетинговые технологии продвижения креативных продуктов: поисковая оптимизация (SEO), поисковый маркетинг (SEM), контент-маркетинг, маркетинг влияния (influencer marketing), автоматизация создания контента, маркетинг в электронной коммерции, маркетинг социальных медиа (SMM), прямые рассылки, контекстная реклама, реклама в играх. Способы продвижения бренда в индустрии моды. Формирование бренд-истории музея или галереи искусств. Особенности продвижения бренда в кино и театре. Культурные пространства и креативные кластеры как инструмент продвижения креативного продукта: опыт России и зарубежных стран.

5.2. Учебно-тематический план

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем(разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия	
1	Основы продакт-менеджмента	22	6	2	4	16
2	Особенности продакт-менеджмента в креативных индустриях	26	8	4	4	18
3	Создание и запуск креативного продукта	30	10	4	6	20
4	Основные инструменты продвижения креативного продукта, обладающего уникальными свойствами	30	10	6	4	20
	Итого	108	34	16	18	74

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
Основы продакт-менеджмента	Понятие и сущность продакт-менеджмента. Основные концепции формирования продуктовой политики организации. Оценка эффективности управления продуктом. Особенности управления продуктом на конкретном рынке. Рекомендуемые источники: Основная литература: 1, 2. Дополнительная литература: 1,2,3. Нормативно-правовые акты: 1-6.	Устный опрос, решение тестовых заданий.
Особенности продакт-менеджмента в креативных индустриях	Основы продакт-менеджмента в креативных индустриях. Маркетинговые исследования в креативных индустриях. Особенности продуктовой аналитики в креативных индустриях, основанных на информационно-телекоммуникационных технологиях,	Устный опрос, решение тестовых заданий.

	прикладном творчестве, историко-культурном наследии, на произведениях литературы и искусства, результатах издательской деятельности, результатах исполнительской деятельности. Составление бюджета проекта в креативных индустриях. Управление командой креативного проекта. Рекомендуемые источники: Основная литература: 1, 2. Дополнительная литература: 1,2,3. Нормативно-правовые акты: 1-6.	
Создание и запуск креативного продукта	Особенности создания креативного продукта: определение потребностей рынка, исследование конкурентной среды, формулирование идеи и создание пробной версии. Разработчики креативного продукта. Известные примеры разработки креативных продуктов в России и в зарубежных странах. Основные тенденции развития креативных индустрий в части создания креативного продукта. Рекомендуемые источники:	Устный опрос, решение тестовых заданий, решение практических кейсов.

	Основная литература: 2, 3. Дополнительная литература: 1,2,3. Нормативно-правовые акты: 1-6.	
Основные инструменты продвижения креативного продукта, обладающего уникальными свойствами	Цифровые маркетинговые технологии продвижения креативных продуктов. Особенности продвижения бренда в индустрии моды, кино и театральном искусстве. Формирование бренд- истории музея или галереи искусств. Культурные пространства и креативные кластеры в России. Рекомендуемые источники: Основная литература: 2, 3. Дополнительная литература: 1,2,3. Нормативно-правовые акты: 1-6.	Устный опрос, решение тестовых заданий, решение практических кейсов.

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
--	---	--

Основы продакт-менеджмента	1. Базовые концепции продуктовой политики: цели, этапы формирования, связь с бизнес-стратегией. 2. Роль продакт-менеджера: от анализа рынка до управления жизненным циклом продукта. 3. Организационные модели управления продуктом: функциональная, матричная, продуктовые команды. 4. Метрики успеха продукта: LTV, CAC, конверсия, удержание пользователей. 5. Адаптация продуктовых стратегий под разные рынки.	Изучение нормативных правовых актов и научных публикаций по теме.
Особенности продакт-менеджмента в креативных индустриях	1. Управление продуктом в условиях неопределённости: баланс между творчеством и коммерцией. 2. Специфика продуктовой аналитики в сферах искусства, моды и цифрового контента. 3. Работа с наследием: как историко-культурный контекст влияет на креативные продукты. 4. Управление бюджетом в креативных проектах: от краундфандинга до спонсорских программ. 5. Коллаборации как драйвер роста: партнёрства с	Изучение нормативных правовых актов и научных публикаций по теме.

	художниками, технологическими стартапами, музеями.	
Создание и запуск креативного продукта	1. От идеи к MVP: этапы разработки продукта в креативных индустриях. 2. Роль дизайн-мышления в создании инновационных решений (на примере театра или кино). 3. Управление командой в креативных проектах: как мотивировать разнородных специалистов. 4. Кейсы провалов и успехов: анализ запуска продуктов в сфере моды или digital-арта. 5. Тренды в креативных индустриях: иммерсивные технологии и персонализация.	Изучение нормативных правовых актов и научных публикаций по теме.
Основные инструменты продвижения креативного продукта, обладающего уникальными свойствами	1. Цифровые инструменты для нишевых аудиторий: SEO для галерей, таргетинг для независимого кино. 2. Сторителлинг как основа бренда: кейсы музеев, фестивалей и модных домов. 3. Продвижение через культурные кластеры. 4. Инфлюенсер-маркетинг в креативных индустриях (например, блогеры-искусствоведы). 5. Геймификация и AR/VR в продвижении: как технологии усиливают вовлечённость аудитории.	Изучение нормативных правовых актов и научных публикаций по теме.

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

1. Роль продакт-менеджера в управлении креативными проектами: баланс между творчеством и коммерцией.
2. Особенности Agile-методологий в разработке продуктов для кино и медиаиндустрии.
3. Цифровая трансформация: как NFT и блокчейн меняют монетизацию искусства.
4. Анализ успеха indie-игр: управление продуктом в условиях ограниченных ресурсов.
5. Краудфандинг как инструмент финансирования креативных стартапов.
6. Управление интеллектуальной собственностью в модной индустрии: вызовы и решения.
7. Роль данных и аналитики в принятии решений при продюсировании музыкальных альбомов.
8. Стратегии удержания аудитории для стриминговых платформ.
9. Этика в креативном продакт-менеджменте: манипуляция или вдохновение.
10. Кросс-культурные особенности локализации видеоигр и медиаконтента.
11. Управление рисками в кинопроизводстве: от пре-продакшена до дистрибуции.
12. Роль сообществ фанатов в развитии продуктов (на примере киновселенных Marvel).
13. Искусственный интеллект в создании и продвижении креативного контента.
14. Сторителлинг как инструмент управления продуктом в индустрии видеоблогинга.

15. Устойчивое развитие в креативных индустриях: экологичный дизайн и этичный маркетинг.
16. Монетизация пользовательского контента.
17. Психология восприятия: как дизайн интерфейсов влияет на успех приложений в сфере искусства.
18. Управление кросс-медийными проектами (кино, комиксы, мерч).
19. Кейс-анализ провалов: почему креативные стартапы терпят неудачи.
20. Роль бренд-менеджмента в продвижении музыкальных фестивалей.
21. VR/AR-технологии в креативных индустриях: вызовы для продакт-менеджеров.
22. Инклюзивность как тренд: создание продуктов для разнообразной аудитории.
23. Особенности B2B-продакт-менеджмента в рекламной индустрии.
24. Влияние алгоритмов соцсетей на продюсирование короткого видео.
25. Постпродакшн-аналитика: как данные о потреблении контента влияют на новые релизы.

Дополнительная информация:

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях кафедры

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2.
Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

ПKN-5 Способность составлять и анализировать финансовую, бухгалтерскую, статистическую отчетность и использовать результаты анализа для принятия управленческих решений

1) Применяет положения международных и национальных стандартов для составления и подтверждения достоверности отчетности организации.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: положения международных и национальных стандартов для составления и подтверждения достоверности отчетности организаций креативных индустрий.

Уметь: работать с положениями международных и национальных стандартов для составления и подтверждения достоверности отчетности организаций креативных индустрий.

Типовые контрольные задания

Необходимо выбрать любую организацию из креативных индустрий, изучить финансовую отчетность за последние три года и провести анализ активов, пассивов, доходов и расходов, а также оценить финансовую устойчивость данной организации. Сделать обоснованные выводы.

2) Использует результаты анализа финансовой, бухгалтерской, статистической отчетности при составлении финансовых планов, отборе инвестиционных проектов и принятии оперативных решений на макро-, мезо- и микроуровнях.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: методы оценки результатов анализа финансовой, бухгалтерской, статистической отчетности при составлении финансовых планов, отборе инвестиционных проектов и принятии оперативных решений на макро-, мезо- и микроуровнях организаций креативных индустрий.

Уметь: интерпретировать результаты анализа финансовой, бухгалтерской, статистической отчетности при составлении финансовых планов, отборе инвестиционных проектов и принятии оперативных решений на макро-, мезо- и микроуровнях организаций креативных индустрий.

Типовые контрольные задания

Основываясь на данных, представленных на сайте Министерства культуры Российской Федерации, необходимо провести анализ развития театральной деятельности в России за последние три года (число театров, количество помещений, вместительность зрительного зала, численность работников, число новых постановок и т.д.). Описать, какие факторы влияют на динамику и какие перспективы развития театральной отрасли в регионах России.

ПКП-3 Способность использовать зарубежный опыт в целях совершенствования механизмов социальной политики Российской Федерации и ее субъектов, государственных внебюджетных фондов, обеспечения стабильности национальной экономики и социального мира

1) Выявляет успешный зарубежный опыт в целях совершенствования механизмов социальной политики.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: успешные практики совершенствования механизмов социальной политики в области развития креативных индустрий.

Уметь: подбирать примеры успешного зарубежного опыта в целях совершенствования механизмов социальной политики в области развития креативных индустрий.

Типовые контрольные задания

Провести анализ уровня проникновения креативных индустрий в ВВП зарубежных стран, являющихся лидерами в данной области (Китай, США, Италия, Великобритания и Австралия). Необходимо описать особенности развития и специфику креативных индустрий в исследуемых странах. Сделать выводы.

2) Оценивает перспективность внедрения в России успешного зарубежного опыта в целях совершенствования механизмов социальной политики.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: перспективность внедрения в России успешного зарубежного опыта в целях развития и совершенствования креативных индустрий.

Уметь: выбирать подходящие успешные практики и оценивать перспективность внедрения в России зарубежного опыта в целях развития и совершенствования креативных индустрий.

Типовые контрольные задания

Необходимо изучить опыт США по развитию креативной отрасли - кинобизнеса. Для этого необходимо составить таблицу или интеллект-карту. Выделить историю развития, результаты деятельности киностудий США, кратко описать стратегию и перспективы. Предложить пути развития кинобизнеса в России, дать обоснование своим предложениям.

ПКП-5 Способность готовить финансово-экономическое обоснование операций, выполняемых предпринимателями, предприятиями и организациями социальной сферы; анализировать и оценивать риски предприятий и организаций социальной сферы, разрабатывать и осуществлять мероприятия по их снижению и страхованию

1) Готовит финансово-экономическое обоснование операций, выполняемых предпринимателями, предприятиями и организациями социальной сферы.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: методы оценки финансово-экономического обоснования операций, выполняемых предпринимателями, предприятиями и организациями креативных индустрий.

Уметь: готовить финансово-экономическое обоснование операций, выполняемых предпринимателями, предприятиями и организациями креативных индустрий.

Типовые контрольные задания

Необходимо провести анализ трех арт-класстеров в г. Москва, описав их по следующим критериям: структура, деятельность, роль

в развитии региона и города. По желанию студента, может быть выбран другой регион или город.

2) Формирует и реализует политику по выявлению, анализу и минимизации рисков предприятий и организаций социальной сферы.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: как формировать и реализовывать политику по выявлению, анализу и минимизации рисков предприятий и организаций креативных индустрий.

Уметь: формировать и реализовывать политику по выявлению, анализу и минимизации рисков предприятий и организаций креативных индустрий.

Типовые контрольные задания

Необходимо предложить проект в виде стартапа (по виду деятельности - музейное дело). Прописать проектную деятельность, стратегию развития, программу деятельности Агентства по развитию творческих индустрий (в конкретном городе/регионе). Детально описать этапы продвижения творческих индустрий в России (каналы: власть, общество, средства массовой информации и др.).

Примеры практико-ориентированных заданий

Задание 1. Разработка стратегии монетизации нового экспериментального спектакля

Вы — продакт-менеджер независимого театра. Ваша команда подготовила авангардный спектакль, ориентированный на молодую аудиторию (18–30 лет). Однако бюджет ограничен, а билеты традиционного формата не покрывают затрат.

Требуется:

- предложить 3 нестандартных способа монетизации (например, партнёрские коллаборации, интерактивные форматы, digital-дополнения);
- составить план продвижения спектакля через социальные сети с акцентом на виральность;
- обосновать, как сохранить баланс между художественной ценностью и коммерческими целями.

Формат: Презентация на 5–7 слайдов или эссе с расчетами.

Задание 2. Создание цифрового продукта для привлечения семейной аудитории

Музей современного искусства сталкивается с падением посещаемости среди семей с детьми. Ваша задача — разработать цифровой или гибридный продукт, который сделает музей привлекательным для этой аудитории.

Требуется:

- придумать концепцию продукта (например, квест-приложение с AR, интерактивная экскурсия с геймификацией);
- описать этапы разработки: исследование аудитории, MVP, тестирование, масштабирование;
- рассчитать бюджет (примерные затраты на разработку и потенциальный ROI).

Формат: Дорожная карта продукта (product roadmap) и финансовый план в таблице.

Задание 3. Управление жизненным циклом многопользовательской киберигры

Вы — продакт-менеджер стартапа, выпустившего конкурентную PvP-игру. Через 6 месяцев после релиза аудитория начала снижаться из-за скучного эндгейма и не эффективного комьюнити.

Требуется:

- провести анализ проблем (отзывы игроков);
- предложить 2 крупных обновления для удержания аудитории (например, сезонная система, кооперативный режим, модерация чатов).
- спланировать коммуникацию с комьюнити для восстановления лояльности (посты, стримы и т.д.).

Формат: Отчет с графиками анализа + питч-документ для команды разработки.

Примерные вопросы для подготовки к Зачету

1. Ключевые элементы формирования продуктовой политики организации креативной индустрии.
2. Методы оценки эффективности управления продуктом (основные метрики).
3. Специфика управления продуктом на рынке цифровых технологий.
4. Факторы, влияющие на выбор продуктовой стратегии в условиях высокой конкуренции.
7. Приведите пример неудачной продуктовой политики и проанализируйте её причины.
8. Эффективные методы маркетинговых исследований креативных индустрий.
9. Отличия продуктовой аналитики в сфере искусства от аналитики в IT-проектах.

10. Ключевые сложности управления бюджетом в креативном проекте.
11. Влияние историко-культурного наследия на формирование креативного продукта.
12. Особенности управления проектом в индустрии моды.
13. Роли в команде разработки креативного продукта на этапе концепции.
14. Влияние повестки устойчивого развития на разработку креативного продукта.
15. Кейс успешного креативного продукта, основанного на интеграции технологий и искусства.
16. Цифровые технологии продвижения нишевых креативных продуктов.
17. Создание бренд-истории музея.
18. Сравнение SMM-стратегии для продвижения театральной постановки и модного бренда.
19. Актуальные инструменты маркетинга для стартапа в сфере AR-искусства.
20. Влияние культурных кластеров (например, «Винзавод» в Москве) на продвижение креативных продуктов.
21. Особенности продвижения продуктов в индустрии видеоигр.
22. Глобальные тренды цифрового маркетинга для локальных креативных рынков.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Нормативно-правовые акты:

1. Указ Президента Российской Федерации от 24.12.2014 № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики».

2. Федеральный закон «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» от 08.08.2024 N 330-ФЗ
3. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.21 № 2613-р «Об утверждении Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года».
4. Перечень поручений по итогам посещения выставки «Развитие креативной экономики в России» (утв. Президентом Российской Федерации 15.08.2023 № Пр-1593).
5. Постановление Правительства Москвы от 10.07.2019 № 868-ПП «О реализации пилотного проекта по созданию в городе Москве креативных технопарков».
6. Постановление Правительства Москвы от 23.11.2021 № 1815-ПП «О реализации пилотного проекта по созданию в городе Москве креативных кластеров и креативных пространств».

Основная литература:

1. Чернышева, Анна Михайловна Управление продуктом : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 368 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/560140> (дата обращения: 08.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/560140> ISBN 978-5-534-16619-4 : 1809.00
2. Барков , Сергей Александрович Управление человеческими ресурсами : учебник и практикум для вузов / С. А. Барков [и др.] ; ответственные редакторы С. А. Барков, В. И. Зубков. Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 427 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/568774> (дата обращения: 08.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/568774> ISBN 978-5-534-17946-0 : 2059.00
3. Маркетинг и управление продуктом на цифровых рынках: генерация и проверка идей через CustDev дизайн-мышление и расчеты юнит-экономики : Учебник / Е.В. Васильева, М.Р. Зобнина

Электрон. дан. Москва : КноРус , 2023 723 с. Режим доступа: book.ru
Internet access <https://book.ru/book/945917> ISBN 978-5-406-10544-3

Дополнительная литература:

1. Скоробогатых , Ирина Ивановна Маркетинговое управление разработкой продукта : Учебное пособие / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К" , 2022 176 с. ВО - Магистратура <https://znanium.com/catalog/document?id=421532> ISBN 978-5-394-04827-2
2. Чернышева , Анна Михайловна Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 182 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/561067> (дата обращения: 08.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/561067> ISBN 978-5-534-16620-0 : 1009.00
3. Алешникова , Вера Ивановна Основы управления продуктом : Учебное пособие / Государственный университет управления 1 Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М" , 2024 220 с. (Высшее образование) ВО - Бакалавриат <https://znanium.ru/catalog/document?id=446172> ISBN 978-5-16-018046-5 ISBN 978-5-16-111060-7 (электр. издание)

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/> (<http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf>)
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система издательства "Лань" <https://e.lanbook.com/>
4. Образовательная платформа "ЮРАЙТ" <https://urait.ru/>
5. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>

6. Информационно-образовательный портал Финуниверситета:
<https://org.fa.ru>
7. •Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Бакалаврам при подготовке следует использовать Методические рекомендации по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете, утвержденным Приказом №1040/о от 11 мая 2021 года, и методические рекомендации, разработанные кафедрой страхования и экономики социальной сферы.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

- Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Moodle
2. Libre Office
3. Astra Linux
4. Kaspersky

- Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Размещение ЭУК: <https://www.campus.fa.ru/>
4. Yougile

- Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

1. не предусмотрены

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. **Учебная аудитория** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

2. **Компьютерный класс** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенный оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), персональные компьютеры, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)