Федеральное государственное образовательное бюджетное

учреждение высшего образования

**«ФинансоВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**при Правительстве Российской Федерации»**

**(Финансовый университет)**

**Кафедра отраслевых рынков**

**Факультета экономики и бизнеса**

**утверждаю**

Проректор по учебной и

методической работе

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е.А. Каменева

«28» мая 2024 г.

**Лебедева Н.Е.**

**Мировой опыт развития креативных индустрий**

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика»

образовательная программа «Экономика и бизнес», профиль «Экономика креативных индустрий»

*Рекомендовано Ученым советом Факультета экономики и бизнеса*

*(протокол № 40 от «21» мая 2024 г.)*

*Одобрено на заседании Кафедры отраслевых рынков*

*Факультета экономики и бизнеса*

*(протокол № 9 от «27» апреля 2024 г.)*

**Москва 2024**

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. | Наименование дисциплины……………………………………………………….. | 3 |
| 2. | Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине............................................. | 3 |
| 3. | Место дисциплины в структуре образовательной программы........................... | 5 |
| 4. | Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся ………………………..…………………………………….. | 5 |
| 5. | Содержание дисциплины, структурированное по темам Указание разделов и тем, отводимых на самостоятельное освоение обучающихся дисциплине занятий и самостоятельной работы (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий…………………………………………………………............................... | 6 |
| 5.1. | Содержание дисциплины…………………………………………………………… | 6 |
| 5.2. | Учебно-тематический план………………………………………………………… | 9 |
| 5.3. | Содержание семинаров, практических занятий……………….............................. | 11 |
| 6. | Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине………………………………………………………. | 13 |
| 6.1. | Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы…………………………………. | 13 |
| 6.2. | Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю........... | 16 |
| 7. | Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине………………………………………………………. | 22 |
| 8. | Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины………………………....................................................... | 31 |
| 9. | Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины…………………………………………. | 32 |
| 10. | Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины | 34 |
| 11. | Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем…………... | 35 |
| 12. | Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине………………………………………. | 35 |

**1. Наименование дисциплины**

Мировой опыт развития креативных индустрий

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

Таблица 1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенции | Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции |
| ПКП-2 | Способность использовать теоретико-методологические подходы для количественного измерения креативной экономики и креативных индустрий | 1. Выбирает и применяет статистические, экономико-математические методы и маркетинговые исследования количественных и качественных показателей деятельности организаций креативных индустрий | ***Знать:*** статистические, экономико-математические методы и маркетинговые исследования количественных и качественных показателей  ***Уметь:*** анализировать деятельность организации креативных индустрий на основе статистических и экономико-математических методах |
| 2. Готовит исходные данные для проведения расчетов и анализа экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность отдельных организаций креативных индустрий и креативной экономики в целом. | *Знать:* тенденции развития организаций креативных индустрий и креативной экономики в целом, методы проведения расчетов и анализа ключевых экономических и финансовых показателей ***Уметь:*** анализировать текущее состояние отдельных организаций креативных индустрий и креативной экономики в целом, проводить расчеты для проведения анализа |
| 3. Проводит расчеты экономических и финансово-экономических показателей на основе типовых методик с учетом нормативных правовых актов. | ***Знать:*** основы нормативного обеспечения развития организаций креативных индустрий, в том числе действующие методики оценки развития этих организаций  ***Уметь:*** выявлять проблемы экономического, финансово-экономического характера при анализе развития организаций креативных индустрий |
| ПКН-3 | Способность осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, применять математические методы для решения стандартных профессиональных финансово-экономических задач, интерпретировать полученные результаты | 1. Проводит сбор, обработку и статистический анализ данных для решения финансово-экономических задач. | ***Знать:*** особенности развития крупнейших моделей развития креативной индустрии  ***Уметь:*** анализировать деятельность моделей развития креативной индустрии |
| 2. Формулирует математические постановки финансово-экономических задач, переходит от экономических постановок задач к математическим моделям | **Знать:** основные подходы к постановке задач в решении вопросов развития организаций креативных индустрий  ***Уметь:*** формулирует постановку задач в области креативных индустрий |
| 3. Системно подходит к выбору математических методов и информационных технологий для решения конкретных финансово-экономических задач в профессиональной области | **Знать:** информационные технологии, современные IT решения в области креативных индустрий  ***Уметь:*** решает конкретные задачи в профессиональной области с применением информационных технологий и IT решений |
| 4. Анализирует результаты исследования математических моделей финансово-экономических задач и делает на их основании количественные и качественные выводы и рекомендации по принятию финансово-экономических решений | **Знать:** политику креативных индустрий, отличия и сходства моделей мировых креативных индустрий  ***Уметь:*** анализирует результаты исследования и делает на их основании количественные и качественные выводы |

**3. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Мировой опыт развития креативных индустрий» относится к циклу профиля (элективный).

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

Таблица 2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид учебной работы по дисциплине** | **Всего**  **(в з/е и часах)** | **Семестр 6**  **(в часах)** |
| **Общая трудоемкость дисциплины** | **3 з/е/ 108 ч.** | **108** |
| **Контактная работа - Аудиторные занятия** | 34 | 34 |
| Лекции | 16 | 16 |
| Семинары, практические занятия | 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. Структура видов деятельности креативных индустрий*

Определение креативной индустрии. Опыт становления и реализации креативных индустрий в промышленно развитых странах. Иерархия видов деятельности креативных индустрий. Типология креативных индустрий согласно классификации ООН: культурное наследие, культурные достопримечательности ремесла, праздники и фестивали традиционной культуры); искусство, включающее индустрии исполнительского и изобразительного искусства; медиаиндустрии, включающие печатную продукцию и публикации, аудиовизуальную культуру и новые медиа; отрасль функционального креатива. Основы мировой культуры. Производители и потребители креативного контента. От культурной индустрии (Адорно, Хоркхаймер, 1947) до креативных индустрий. Креативная экономика (Хокинс, 2011; Лэндри, 2011). Концепция «Креативного класса» (Флорида, 2011).

*Тема 2. Креативные индустрии как движущая сила развития экономики развитых стран*

Вклад креативных индустрий в ВВП стран (Китай, США, Великобритания., Италия, Франция, Германия, Бразилия, Австралия, Канада). Занятость в креативных индустриях по странам (США, Великобритания, Германия, Италия, Индия, Бразилия, Канада, Австралия, Гонконг). Роль креативных индустрий в российской экономике. Доля креативной индустрий в мировой торговле. Участие малого и среднего предпринимательства в креативном предпринимательстве развитых стран. Совокупная выручка сектора креативной индустрий. Добавленная стоимость креативного сектора. Креативные профессии. Цифровые проекты в креативных индустриях.

*Тема 3. Модели развития креативных индустрий*

Особенности развития американской модели креативных индустрий (США, Канада, Латинская Америка). Стратегия глокализации как стратегия креативного экспорта США. Политика культурных индустрий США. США как нетто-экспортер продукции креативных индустрий (дизайнерская, печатная, аудиовизуальная продукция). Виды культурных секторов США: некоммерческий, зависимый от политической конъюнктуры и частных пожертвований сектор искусств; коммерческие, ориентированные на международный уровень корпорации – «копирайт-индустрии», подчиненные потребительскому спросу.

Особенности развития скандинавской модели креативных индустрий (Швеция, Дания, Финляндия). База шведской модели социального государства. Программа развития креативных индустрий Норвегии Innovаtion Norwаy – программа финансирования творческой экономики. Стратегия разработки для предпринимательства в секторе креативных индустрий Финляндии. Креативные индустрии в сфере культуры и искусства Дании. Развитие грантовой поддержки сферы культуры и искусства, стимулирование инноваций и инвестиций в творчество в скандинавских странах. Практическое использование креативных навыков в предпринимательстве в скандинавских странах.

Особенности развития европейской модели креативных индустрий (Великобритания, Германия, Испания, Италия, Франция). Project-spaces, картирование, творческие кластеры, агентства поддержки. Архитектура, кино- и аудиовизуальная продукция, реклама, видеоигры, IT, издательское дело. Программа «Креативная Европа». Креативные кластеры Европы. Поддержка креативного сектора в Европе: профессиональные сети и ассоциации; организационный потенциал, специальное образование; инкубаторы и акселераторы; творческие кластеры; интернационализация. Институт бизнес-ангелов Великобритании.

Особенности развития азиатской модели креативных индустрий (Гонконг, Сингапур, Тайвань, Китай, Южная Корея, Япония). Стратегия города Возрождения для искусств и культуры Сингапура (2002 год). Политика развития креативных индустрий Гонконга, основанная на поддержке киноиндустрии, креативных наук и методологии оценки креативности территорий. Тайваньская программа «Two Trillion and Twin Star». Мировой рынок развлечений K-pop Южной Кореи как глобальная субкультура. Стиль жизни как не типичный для включения в лист креативных индустрий (Япония). Культурный экспорт Японии.

*Тема 4. Успешные мировые проекты креативных индустрий*

Зоны активного роста креативного сектора: Лондон, Берлин, Барселона, Калифорния, Сидней, Южная Корея. Крупные международные проекты Берлина как драйвер развития креативной экономики: Берлинале, German Film Awards, Media. Онлайн-проект «Город креативной экономики» Южной Кореи (2013). Инициатива «Креативный Сидней». Инновационные технологические хабы как драйвер развития креативной индустрий (Кремниевая долина (США), Компас (Канада), High House Production Park (Англия), студия Wooga (Германия), Сколково (Россия), а также специальные площадки - "Chelsea Market" в Нью-Йорке, креативный район Clerkenwell в Великобритании). Стримминг и TikTok как двигатель музыкальной индустрии. Онлайн-обучающие платформы (FenderPlay и др.). Арт-рынок в условиях цифровизации. Ведение блога в социальных сетях. Медиабрендинг.

*Тема 5. Модели развития территорий России через развитие кластеров креативных индустрий*

Проект поддержки территорий сохранения и развития традиций и укладов бытования (ТЕТРА). Конкурентоспособные бренды территорий Российской Федерации. Эффективные методы по сохранению традиций. Модель № 1 «Креативные города». Модель № 2 «Ремесленные поселения». Модель № 3 «Исторические мануфактуры и ремесленные кварталы». Модель № 4 «Горные территории мастеров». Модель № 5 «Проводники национальной идентичности». Модель № 6 «Места традиционного бытования народных художественных промыслов Севера». Критериальная база оценки развития моделей. Инструменты поддержки, направления консолидации и сотрудничества в области креативных индустрий. Индекс креативного капитала городов Российской Федерации.

*Тема 6.* *Вызовы и перспективы развития креативных индустрий*

Ключевые отрасли для развития креативных индустрий в перспективное масштабе деятельности: глобальный (программное обеспечение, в т.ч. развлекательное), страновой (мода, кино, видео, мультимедиа, дизайн), межрегиональный (архитектура, исполнительское искусство, арт-рынок, дополнительное образование, Event, гастрономия), локальный (ремесло). Вызовы развития креативных индустрий (недостаток аналитический исследований, недостаточность информации, индивидуальность территорий и др.). Перспективы развития креативных индустрий в развитых и развивающихся странах мира.

**5.2. Учебно-тематический план**

Таблица 3

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | **Наименование тем (разделов) дисциплины** | **Трудоемкость в часах** | | | | | **Формы текущего контроля успеваемости** |
| **Всего** | **Контактная работа\* - Аудиторная работа** | | | **Самостоятельная работа** |
| Общая, в т.ч.: | Лекции | Семинары, практические занятия |
|  | Структура видов деятельности креативных индустрий | 14 | 4 | 2 | 2 | 10 | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, ситуационное задание |
|  | Креативные индустрии как движущая сила развития экономики развитых стран | 14 | 4 | 2 | 2 | 10 | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, ситуационное задание, решение кейса |
|  | Модели развития креативных индустрий | 34 | 14 | 6 | 8 | 20 | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, расчетные упражнения, ситуационное задание, решение кейса |
|  | Успешные мировые проекты креативных индустрий | 18 | 4 | 2 | 2 | 14 | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, расчетные упражнения, ситуационное задание |
|  | Модели развития территорий России через развитие кластеров креативных индустрий | 14 | 4 | 2 | 2 | 10 | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, расчетные упражнения, практико-ориентированное задание |
|  | Вызовы и перспективы развития креативных индустрий | 14 | 4 | 2 | 2 | 10 | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, расчетные упражнения, практик-ориентированное задание, решение кейса |
|  | В целом по дисциплине | **108** | **34** | **16** | **18** | **74** | **Согласно учебному плану: Контрольная работа** |
|  | Итого в % | 100 | 32 | 47 | 53 | 68 |  |

\*объем контактной работы в очно-заочной/заочной формах обучения и индивидуальных учебных планах определяется соответствующими учебными планами. Темы, реализуемые в виде контактной работы, определяются преподавателем самостоятельно, исходя из уровня их сложности.

**5.3. Содержание семинаров, практических занятий**

Таблица 4

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование тем (разделов) дисциплины** | **Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9** | **Формы проведения занятий** |
| 1. Структура видов деятельности креативных индустрий | Определение креативной индустрии. Опыт становления и реализации креативных индустрий в промышленно развитых странах. Иерархия видов деятельности креативных индустрий. Типология креативных индустрий согласно классификации ООН: культурное наследие, культурные достопримечательности ремесла, праздники и фестивали традиционной культуры); искусство, включающее индустрии исполнительского и изобразительного искусства; медиаиндустрии, включающие печатную продукцию и публикации, аудиовизуальную культуру и новые медиа; отрасль функционального креатива.  Источники: раздел 8: 1-6, 7-9, 10, 11; раздел 9: 1-7 | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, ситуационное задание |
| 2. Креативные индустрии как движущая сила развития экономики развитых стран | Вклад креативных индустрий в ВВП стран (Китай, США, Великобритания., Италия, Франция, Германия, Бразилия, Австралия, Канада). Занятость в креативных индустриях по странам (США, Великобритания, Германия, Италия, Индия, Бразилия, Канада, Австралия, Гонконг). Роль креативных индустрий в российской экономике. Доля креативной индустрий в мировой торговле. Участие малого и среднего предпринимательства в креативном предпринимательстве развитых стран.  Источники: раздел 8: 6, 7-9, 10, 11; раздел 9: 1-7 | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, ситуационное задание, решение  кейса |
| 3. Модели развития креативных индустрий | Особенности развития американской модели креативных индустрий (США, Канада, Латинская Америка). Стратегия глокализации как стратегия креативного экспорта США. Политика культурных индустрий США. США как нетто-экспортер продукции креативных индустрий (дизайнерская, печатная, аудиовизуальная продукция).  Особенности развития скандинавской модели креативных индустрий (Швеция, Дания, Финляндия). База шведской модели социального государства. Программа развития креативных индустрий Норвегии Innovаtion Norwаy – программа финансирования творческой экономики. Стратегия разработки для предпринимательства в секторе креативных индустрий Финляндии. Креативные индустрии в сфере культуры и искусства Дании.  Особенности развития европейской модели креативных индустрий (Великобритания, Германия, Испания, Италия, Франция). Project-spaces, картирование, творческие кластеры, агентства поддержки. Архитектура, кино- и аудиовизуальная продукция, реклама, видеоигры, IT, издательское дело. Программа «Креативная Европа». Креативные кластеры Европы.  Особенности развития азиатской модели креативных индустрий (Гонконг, Сингапур, Тайвань, Китай, Южная Корея, Япония). Стратегия города Возрождения для искусств и культуры Сингапура (2002 год). Политика развития креативных индустрий Гонконга, основанная на поддержке киноиндустрии, креативных наук и методологии оценки креативности территорий. Тайваньская программа «Two Trillion and Twin Star».  Источники: раздел 8: 7-9, 10, 11; раздел 9: 1-7 | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, расчетные упражнения, ситуационное задание, решение кейса |
| 4. Успешные мировые проекты креативных индустрий | Зоны активного роста креативного сектора: Лондон, Берлин, Барселона, Калифорния, Сидней, Южная Корея. Крупные международные проекты Берлина как драйвер развития креативной экономики: Берлинале, German Film Awards, Media. Онлайн-проект «Город креативной экономики» Южной Кореи (2013). Инициатива «Креативный Сидней». Инновационные технологические хабы как драйвер развития креативной индустрий (Кремниевая долина (США), Компас (Канада), High House Production Park (Англия), студия Wooga (Германия), Сколково (Россия), а также специальные площадки - "Chelsea Market" в Нью-Йорке, креативный район Clerkenwell в Великобритании).  *Источники: раздел 8: 7-9, 10, 11; раздел 9: 1-7* | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, расчетные упражнения, ситуационное задание |
| 5. Модели развития территорий России через развитие кластеров креативных индустрий | Проект поддержки территорий сохранения и развития традиций и укладов бытования (ТЕТРА). Конкурентоспособные бренды территорий Российской Федерации. Эффективные методы по сохранению традиций. Модель № 1 «Креативные города». Модель № 2 «Ремесленные поселения». Модель № 3 «Исторические мануфактуры и ремесленные кварталы». Модель № 4 «Горные территории мастеров». Модель № 5 «Проводники национальной идентичности». Модель № 6 «Места традиционного бытования народных художественных промыслов Севера».  *Источники: раздел 8: 1-6, 7-9, 11, раздел 9: 1-7* | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, расчетные упражнения, практико-ориентированное задание |
| 6. Перспективы и вызовы развития креативных индустрий | Ключевые отрасли для развития креативных индустрий в перспективное масштабе деятельности: глобальный (программное обеспечение, в т.ч. развлекательное), страновой (мода, кино, видео, мультимедиа, дизайн), межрегиональный (архитектура, исполнительское искусство, арт-рынок, дополнительное образование, Event, гастрономия), локальный (ремесло).  *Источники: раздел 8: 6, 7-9, 11; раздел 9: 1-7* | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, расчетные упражнения, практик-ориентированное задание, решение кейса |

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

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

Таблица 5

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование тем (разделов) дисциплины** | **Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение** | **Формы внеаудиторной самостоятельной работы** |
| 1. Структура видов деятельности креативных индустрий | Мировые культурные достопримечательности (музеи, выставки, библиотеки, ремесла, праздники и фестивали традиционной культуры). Мировое искусство (включающее индустрии исполнительского (живое исполнение, опера, кукольный театр и другие) и изобразительного искусства (арт-рынки, антикварные салоны, живопись, фотография). Мировые медиаиндустрии, включающие печатную продукцию и публикации, аудиовизуальную культуру и новые медиа (видеоигры, программное обеспечение); отрасль функционального креатива. Мировой опыт программного обеспечения, видеоигр и цифрового творческого контента. Основы мировой культуры. Производители и потребители креативного контента. От культурной индустрии (Адорно, Хоркхаймер, 1947) до креативных индустрий. Креативная экономика (Хокинс, 2011; Лэндри, 2011). Концепция «Креативного класса» (Флорида, 2011). | Подготовка к семинарскому занятию (работа с литературой и информационными ресурсами, выполнение домашнего задания). Выполнение контрольной работы. Подготовка к промежуточной аттестации |
| 2. Креативные индустрии как движущая сила развития экономики развитых стран | Совокупная выручка сектора креативной индустрий. Добавленная стоимость креативного сектора. Креативные профессии. Цифровые проекты в креативных индустриях. Зоны активного роста креативного сектора: Лондон, Берлин, Барселона. Крупные международные проекты Берлина как драйвер развития креативной экономики: Берлинале, German Film Awards, Media  Convention, Gamesweek, Deutscher Computerspielpreis. | Подготовка к семинарскому занятию (работа с литературой и информационными ресурсами, выполнение домашнего задания). Выполнение контрольной работы. Подготовка к промежуточной аттестации |
| 3. Модели развития креативных индустрий | Виды культурных секторов США: некоммерческий, зависимый от политической конъюнктуры и частных пожертвований сектор искусств; коммерческие, ориентированные на международный уровень корпорации – «копирайт-индустрии», подчиненные потребительскому спросу.  Развитие грантовой поддержки сферы культуры и искусства, стимулирование инноваций и инвестиций в творчество в скандинавских странах. Практическое использование креативных навыков в предпринимательстве в скандинавских странах.  Поддержка креативного сектора в Европе: профессиональные сети и ассоциации; организационный потенциал, специальное образование; инкубаторы и акселераторы; творческие кластеры; интернационализация. Институт бизнес-ангелов Великобритании.  Мировой рынок развлечений K-pop Южной Кореи как глобальная субкультура. Стиль жизни как не типичный для включения в лист креативных индустрий (Япония). Культурный экспорт Японии. | Подготовка к семинарскому занятию (работа с литературой и информационными ресурсами, выполнение домашнего задания). Выполнение контрольной работы. Подготовка к промежуточной аттестации. |
| 4. Успешные мировые проекты креативных индустрий | Стримминг и TikTok как двигатель музыкальной индустрии. Онлайн-обучающие платформы (FenderPlay и др.). Арт-рынок в условиях цифровизации. Ведение блога в социальных сетях. Медиабрендинг. | Подготовка к семинарскому занятию (работа с литературой и информационными ресурсами, выполнение домашнего задания). Выполнение контрольной работы. Подготовка к промежуточной аттестации |
| 5. Модели развития территорий России через развитие кластеров креативных индустрий | Критериальная база оценки развития моделей. Инструменты поддержки, направления консолидации и сотрудничества в области креативных индустрий. Индекс креативного капитала городов Российской Федерации. | Подготовка к семинарскому занятию (работа с литературой и информационными ресурсами, выполнение домашнего задания). Выполнение контрольной работы. Подготовка к промежуточной аттестации |
| 6. Вызовы и перспективы развития креативных индустрий | Вызовы развития креативных индустрий (недостаток аналитический исследований, недостаточность информации, индивидуальность территорий и др.). Перспективы развития креативных индустрий в развитых и развивающихся странах мира. | Подготовка к семинарскому занятию (работа с литературой и информационными ресурсами, выполнение домашнего задания). Выполнение контрольной работы. Подготовка к промежуточной аттестации |

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

**Примерный перечень вариантов контрольной работы**

1. Креативная экономика и ее составляющие.
2. Глобализация и кастомизация в индустрии моды.
3. Сущность и виды мировых арт-объектов.
4. Мировой опыт управление инновациями в креативных индустриях.
5. Изменение технологических укладов, анализ прогрессивных технологий.
6. Искусство как форма организации творческой деятельности.
7. Мировая и российская креативная индустрия: сравнительный анализ.
8. Управленческий и производственные аспекты креативных индустрий.
9. Мировой опыт механизмов финансирования в креативных индустриях.
10. Мировые креативные индустрии: практические аспекты деятельности.
11. Лондон как драйвер развития креативных индустрий.
12. Берлин как драйвер развития креативных индустрий
13. Нью-Йорк как драйвер развития креативных индустрий.
14. Сидней как драйвер развития креативных индустрий.
15. Сеул как драйвер развития креативных индустрий.
16. Европейская модель развития креативных индустрий.
17. Модель креативных индустрий в скандинавских странах.
18. Модель креативных индустрий в США.
19. Модель креативных индустрий Японии.
20. Модель креативных индустрий Китая.
21. Азиатская модель развития креативных индустрий.
22. Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы.
23. Вклад цифровых платформ в развитие креативных индустрий и поддержку креативного предпринимательства.
24. Экономика креативных индустрий развитых стран: сущность и основные характеристики.
25. Современные инструменты креативных индустрий: мировой опыт.
26. Политика «мягкой силы» продвижения национальных интересов на глобальной арене.
27. Креативные индустрии как современный феномен взаимодействия бизнеса, политики и культуры.
28. Политика креативных индустрий в скандинавских странах.
29. Азиатско-тихоокеанский регион как наиболее крупный рынок креативных индустрий.
30. Комплексный проект национального строительства и обновления Сингапура залог нового азиатского культурного хаба.
31. Тайваньская программа «Two Trillion and Twin Star».
32. K-pop – жанра корейской поп-музыки, как успешный проект креативных индустрий, переросший в глобальную субкультуру.
33. Культурные индустрии Китая, основанные на традиционную китайскую культуру и древнюю цивилизацию.
34. Концепция поддержки креативных индустрий Cool Japan (Япония).
35. Американская модель и европейская модель креативных индустрий: сравнительный анализ
36. Азиатская модель и европейская модель креативных индустрий: сравнительный анализ.
37. Скандинавская модель и американская модель креативных индустрий: сравнительный анализ.
38. Успешные примеры инновационные хабов - Кремниевая долина (США), Компас (Канада), High House Production Park (Англия), студия Wooga (Германия), Сколково (Россия), а также специальные площадки - "Chelsea Market" в Нью-Йорке, креативный район Clerkenwell в Великобритании (любой инновационный хаб на выбор студента).
39. Онлайн-платформа TikTok как успешный проект креативного сектора.
40. Арт-рынок в условиях цифровизации.
41. Инициатива «Креативный Сидней».
42. Информационная поддержка, система продвижения и поддержка креативного экспорта России.
43. Финансовая и инфраструктурная поддержка креативных индустрий (страна на выбор студента).
44. Вызовы и перспективы развития креативных индустрий.
45. Создание креативной экосистемы как системы нормативного регулирования, институций, программ и проектов поддержки, а также субъектов предпринимательской деятельности на территории.

**Примеры заданий для самостоятельного решения**

**1. Пример ситуационного задания.**

*Ситуационное задание № 1.*

Пример Китая уникален тем, что в этой стране дискурс о креативных и культурных индустриях отсылает к двум абсолютно разнонаправленным стратегиям. Так, в государственных документах с 2005 года употребляется выражение «культурные индустрии», с помощью которого Коммунистическая партия Китая обозначает политику «мягкой власти», которую Китай распространяет по миру. Этот подход к пониманию культурных индустрий в Китае отсылает к внутренней политике перехода страны из индустриальной стадии развития к постиндустриальной, основой которой является реформирование трудовых практик, повседневной культуры и форм рыночной организации. Культурные индустрии опираются на традиционную китайскую культуру и древнюю цивилизацию. Это культура консерваторов, которая находится на попечении государства и имеет своей миссией распространение древнекитайской культуры. Она реализуется через поддержку зарубежных культурных баз и кластеров, открытие книжных лавок Синьхуа, учреждение большого числа институтов Конфуция по всему миру. Дискурс о креативных индустриях представляет вторую, рыночную стратегию и заключается в интернационализации и модернизации Китая посредством развития креативных индустрий, которые обозначают интересы частного бизнеса. Креативные индустрии опираются на частные инвестиции, завоевание рынков, настроены на подражание организационным формам крупных американских корпораций, интенсивно используют экспертизу и компетенции западных профессионалов и, как креативные индустрии Европы, ориентированы в основном на глобальные рынки.

*Задание:* Как Китай смог интегрировать «культурные индустрии», основанные на китайской культуре и древней цивилизации с рыночной стратегией, заключающееся интернационализации и модернизации Китая посредством развития креативных индустрий?

*Ситуационное задание № 2.*

Япония заявляет как свои креативные индустрии и архитектуру, и контент. Во всем мире популярны аниме, японские фильмы, в последнее время популярность набрали разного рода изобразительные искусства. Но один нетипичный момент заключается в том, что Япония включила в лист креативных индустрий – стиль жизни. Япония с успехом экспортирует свой стиль жизни, он получает распространение в разных странах. Рост культурного экспорта Японии в 2 раза был достигнут благодаря концепции поддержки креативных индустрий Cool Japan, последовательно реализуемой с 2010 года. Концепция была разработана в Министерстве экономики, торговли и промышленности Японии (METI), ее целью было оседлать волну «японского бума» на зарубежных рынках и пополнять бюджет.

*Задание:* Назовите основные движущиеся силы креативной индустрии Японии? Что из себя представляет Японский стиль жизни? Как Японии удалось экспортировать стиль жизни, посредством каких инструментов?

**2. Пример практико-ориентированного задания.**

*Задание: Изучив модели креативной индустрии (американская, европейская, скандинавская, азиатская), заполните следующую таблицу.*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Американская модель | Европейская модель | Скандинавская модель | Азиатская модель |
| Сильные стороны |  |  |  |  |
| Отличительные особенности |  |  |  |  |
| Что можно взять для опыта России из данной модели |  |  |  |  |

В основу европейской модели развития креативных индустрий положен опыт модернизации промышленных областей и регионов в условиях глобализации и перехода к постиндустриальной модели развития в Великобритании.

Основой европейской модели является создание креативных кластеров, питающихся взносами участников кластера и грантами. Американская модель, в отличие от патерналистских европейских моделей креативных индустрий, в большей степени ориентирована на предпринимательские навыки и изобретательность. Основой политики служит идея «креативных городов» как места комфортной жизни для представителей креативного класса.

Скандинавская модель развития креативных индустрий, в значительной степени копируя европейские, отличается акцентом на системе творческого образования и государственной поддержке как основы общей политики социального государства.

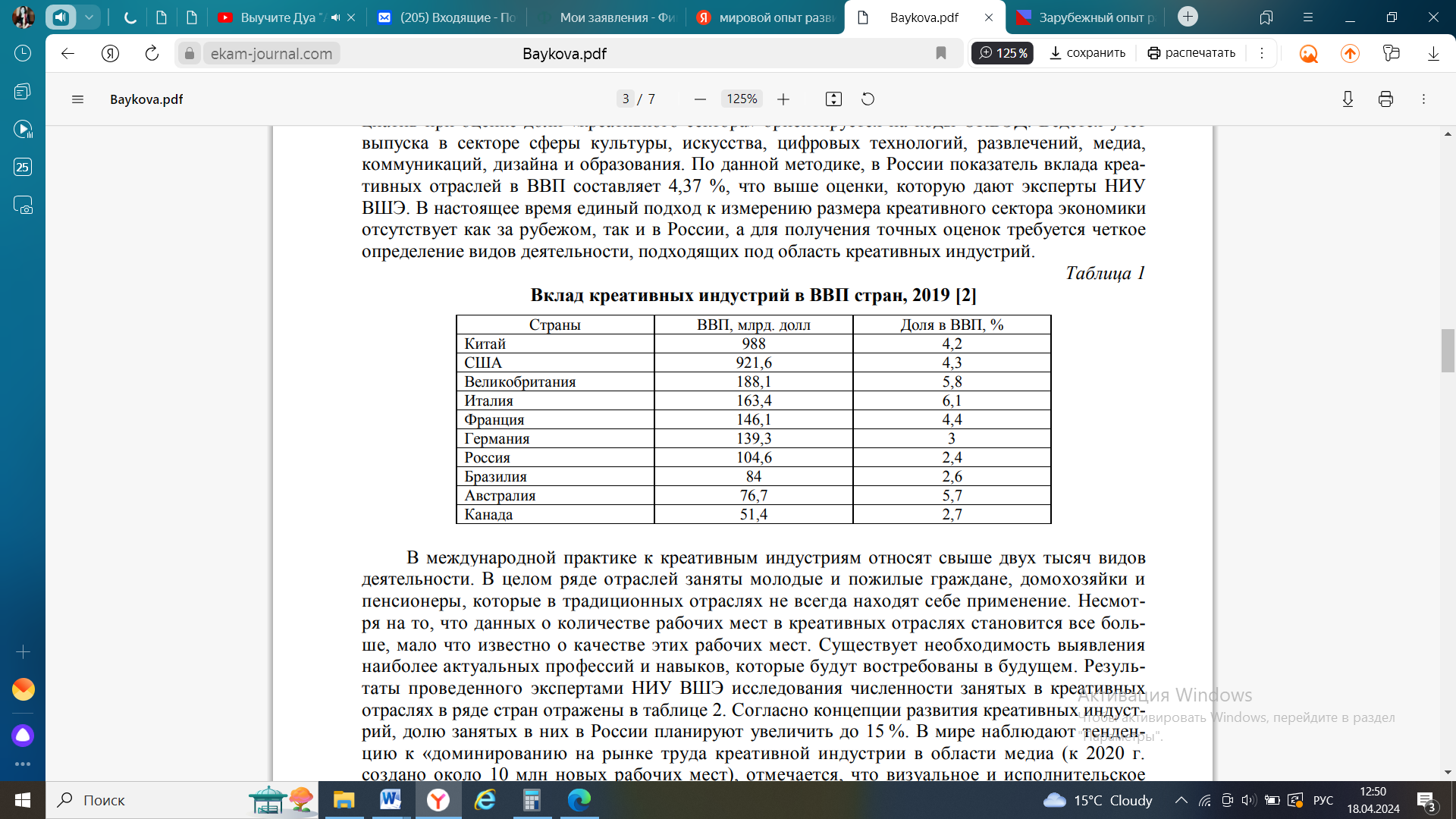
Азиатские модели развития креативных индустрий Южной Кореи, Японии и Китая, начинавшиеся как политики городского развития, делают значительный акцент не столько на создание инфраструктуры творческих индустрий, сколько на инновационной составляющей новых, постиндустриальных технологических решений. Модели развития азиатских стран характеризуются также использованием элементов традиционной культуры в качестве политики «мягкой силы» продвижения национальных интересов на глобальной арене и сочетанию традиционных и современных культурных форматов.

*Задание выполняется в группе из 4-6 человек.*

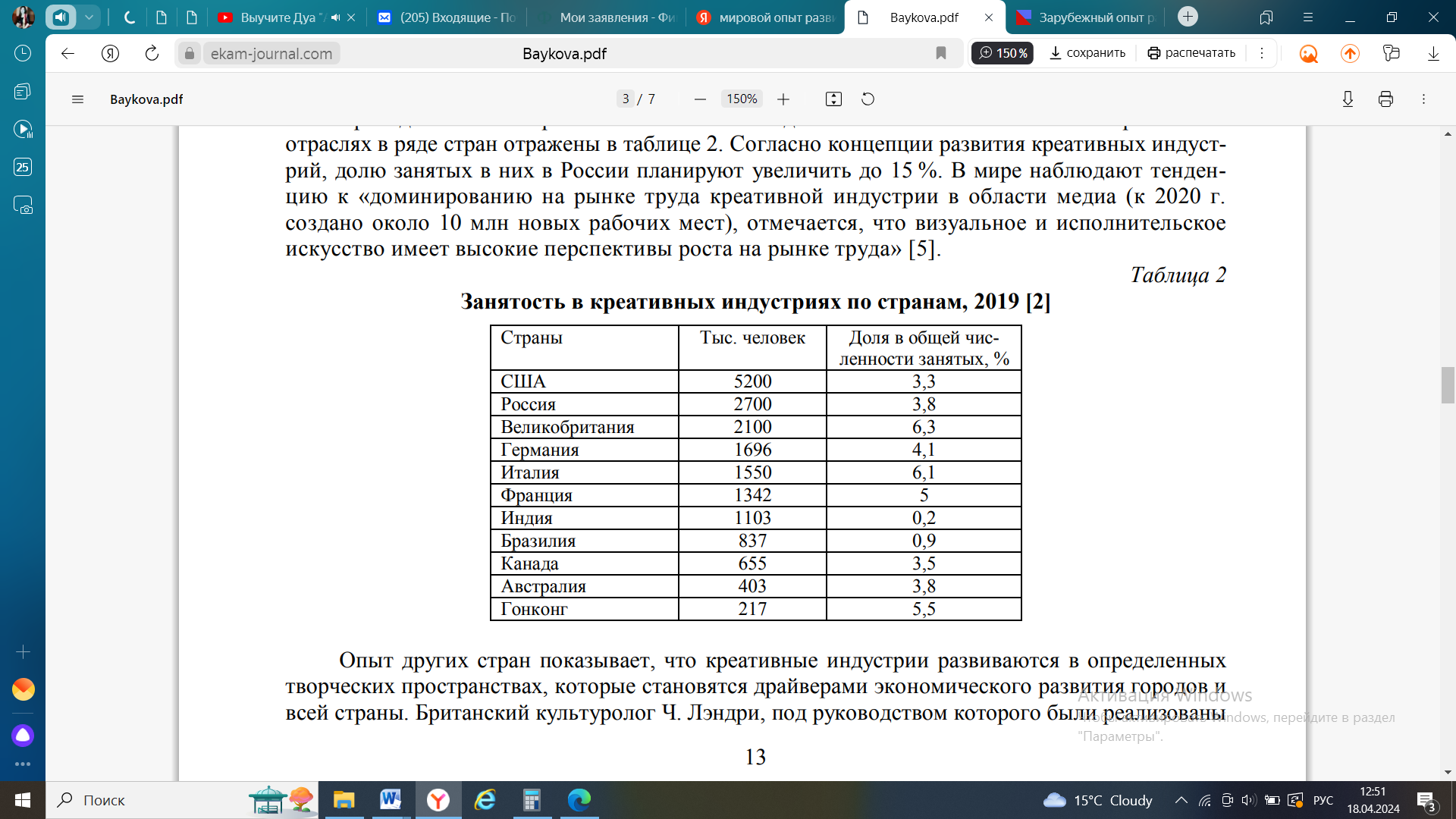
**3. Пример кейса.**

Креативные индустрии постепенно становятся драйверами экономического развития в мире, и по динамике роста опережают традиционные отрасли. Согласно исследованиям НИУ ВШЭ, вклад креативной экономики в ВВП многих стран стремится к 6%, по другим источникам – к 12 %, в России этот показатель составляет 2,4 % (таблица 1). Стратегия пространственного развития России, принятая в 2019 году, предусматривает разработку концепции развития креативных индустрий. По прогнозам Центра стратегических разработок, в 2024 году доля креативных индустрий в ВВП России должна составить 8,5 %. Агентство стратегических инициатив при оценке доли «креативного сектора» ориентируется на коды ОКВЭД. Ведется учет выпуска в секторе сферы культуры, искусства, цифровых технологий, развлечений, медиа, коммуникаций, дизайна и образования. По данной методике, в России показатель вклада креативных отраслей в ВВП составляет 4,37 %, что выше оценки, которую дают эксперты НИУ ВШЭ. В настоящее время единый подход к измерению размера креативного сектора экономики отсутствует как за рубежом, так и в России, а для получения точных оценок требуется четкое определение видов деятельности, подходящих под область креативных индустрий.

*Вклад креативных индустрий в ВВП стран 2019 год*



*Занятость в креативных индустриях по странам, 2019*



*Задание: Изучив современные тенденции развития креативных индустрий, сформулируйте сдерживающие и способствующие развитию факторы. Обоснуйте свой ответ.*

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

Таблица 6

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование компетенции | Наименование индикаторов достижения компетенции | Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции | Типовые контрольные задания |
| ПКП-2 Способность использовать теоретико-методологические подходы для количественного измерения креативной экономики и креативных индустрий | 1. Выбирает и применяет статистические, экономико-математические методы и маркетинговые исследования количественных и качественных показателей деятельности организаций креативных индустрий | ***Знать:*** статистические, экономико-математические методы и маркетинговые исследования количественных и качественных показателей | Изучить аналитические отчеты международных и отечественных консалтинговых организаций, и институтов развития: Инновационный фонд Великобритании (NESTA), Аудиторско-консалтинговая компания Deloitte, Европейский инвестиционный фонд, Институт статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (ИСИЭЗ НИУ ВШЭ), Агентство стратегических инициатив (АСИ) в области креативной индустрий. |
| ***Уметь:*** анализировать деятельность организации креативных индустрий на основе статистических и экономико-математических методах | Проанализировать отчеты международных правительственных и экспертных организаций: Министерство культуры, медиа и спорта Великобритании (DCMS), UNCTAD, Всемирная организация интеллектуальной собственности (WIPO), UNESCO, KEA European Affairs,  а также подходы Евросоюза. Выявить подходы для количественного измерения креативной экономики и креативных индустрий. |
| 2. Готовит исходные данные для проведения расчетов и анализа экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность отдельных организаций креативных индустрий и креативной экономики в целом. | ***Знать****:*тенденции развития организаций креативных индустрий и креативной экономике в целом, методы проведения расчетов и анализа ключевых экономических и финансовых показателей | Проанализируйте тенденции развития креативных индустрий развитых стран (вклад креативных индустрий в ВВП стран, занятость в креативных индустриях по странам, вклад креативной индустрий в МСП). |
| *Уметь:* анализировать текущее состояние отдельных организаций креативных индустрий и креативной экономики в целом, проводить расчеты для проведения анализа | Проанализировать развитие креативных индустрий на примере выбранных сфер (на выбор):  - Архитектурное проектирование,  - Аукционный и галерейный  бизнес,  - Блоггинг,  - Гастрономия,  - Городская среда и ландшафтное  обустройство,  - Дизайн (предметный, графический, промышленный, сервисный, 3D-печать и пр.),  - Ивент-бизнес,  - Издательское дело,  - Изобразительное искусство,  - Интернет-медиа,  - Кино,  - Компьютерные игры,  - Культурные и развлекательные  площадки,  - Мероприятия,  - Маркетинг,  - Мода,  - Ювелирный дизай. |
| 3. Проводит расчеты экономических и финансово-экономических показателей на основе типовых методик с учетом нормативных правовых актов. | ***Знать:*** основы нормативного обеспечения развития организаций креативных индустрий, в том числе действующие методики оценки развития этих организаций | Выберите правильный ответ  Изучите распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г. Раскройте цели, задачи, приоритеты и принципы государственной политики развития творческих (креативных) индустрий и творческого (креативного) предпринимательства. |
| ***Уметь:*** выявлять проблемы экономического, финансово-экономического характера при анализе развития организаций креативных индустрий | Азиатские модели развития креативных индустрий Южной Кореи, Японии и Китая, начинавшиеся как политики городского развития, делают значительный акцент не столько на создание инфраструктуры творческих индустрий, сколько на инновационной составляющей новых, постиндустриальных технологических решений. Модели развития азиатских стран характеризуются также использованием элементов традиционной культуры в качестве политики «мягкой силы» продвижения национальных интересов на глобальной арене и сочетанию традиционных и современных культурных форматов.  Задание: назовите особенности развития азиатской модели развития креативных индустрий. |
| ПКН-3  Способность осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, применять математические методы для решения стандартных профессиональных финансово-экономических задач, интерпретировать полученные результаты | 1. Проводит сбор, обработку и статистический анализ данных для решения финансово-экономических задач. | ***Знать:*** особенности развития крупнейших моделей развития креативной индустрии | Выберите правильный ответ  Назовите Тайваньскую программу развития по креативной индустрий?  a) Two Trillion and Twin Star;  б) Город креативной экономики;  в) Креативный Тайвань;  г) High House Production Park. |
| ***Уметь:***  анализировать деятельность моделей развития креативной индустрии | В основе американской модели лежит политика поощрения предпринимательской инициативы, развития творческих навыков и изобретательности. Креативные города выступают в качестве территории комфортной жизни для представителей креативного класса. В США широко используется стратегия «глокализации» – «процесс экономического, социального, культурного развития, для которого характерно сосуществование разнонаправленных тенденций и ориентация на создание продукции и услуг, адаптированных к запросам зарубежных потребителей». На федеральном уровне в США нет единой политики для креативных индустрий, все отрасли получают поддержку на уровне штатов и муниципалитетов. Креативные индустрии стимулируют инновации, укрепляют конкурентоспособность США на мировом рынке и играют важную роль в поддержании экономической активности. В США придерживаются консервативного подхода к определению креативных индустрий, сосредоточившись исключительно на  предприятиях, занимающихся производством или распространением произведений искусства (от некоммерческих музеев, симфонических оркестров и театров до коммерческих кино-, архитектурных и рекламных компаний). При оценке доли креативного сектора исключают такие отрасли, как компьютерное программирование и научные исследования.  Задание: назовите отличия американской модели креативной индустрий от скандинавской, европейкой, азиатской моделей. В чем заключается успех американской модели? |
| 2. Формулирует математические постановки финансово-экономических задач, переходит от экономических постановок задач к математическим моделям | ***Знать:*** основные подходы к постановке задач в решении вопросов развития организаций креативных индустрий | Великобритании действует проект «Креативный город», одним из которых стал и некогда промышленный (текстиль, машиностроение, химическая промышленность) город Хаддерсфилд, расположенный на севере Англии. В 80-х город вступил в эпоху кризиса, массовой безработицы, переживал отток кадров, но затем стал одним из 26 победителей конкурса  «Креативный город», объявленного Европейским Союзом, которые предложили экспериментальные формы городской политики. В проекте Хаддерсфилда было предусмотрена реализация способов выхода творческих идей за границы художественной сферы. Обосновывалось, что творческий потенциал является скрытой формой интеллектуального капитала, и он присутствует повсюду, что предусматривало создание особого инновационного пространства, стимулирующего творческое мышление городского сообщества. Целый ряд проектов Хаддерсфилда был разработан для реализации «круговорота городского творчества». В результате предложения особой стратегии Хаддерсфилд позиционировал себя как креативный город, город творческой и новаторской культуры, активных и творческих граждан. Реализация серии проектов продемонстрировало, что творчество является величайшим ресурсом, находящимся в распоряжении регионов, а сам город стал удачным примером возрождения городов через культуру.  Задание: назовите факторы успеха проекта «Креативный город». Можно ли использовать этот опыт для России? |
| ***Уметь:*** формулирует постановку задач в области креативных индустрий | Шведский город Бутчюрка чуть более 10 лет назад жители покидали из-за криминогенной обстановки и безработицы, которые стали следствием кризиса промышленного производства. Однако у города был собственный культурный потенциал, позволивший городским властям создать уникальный творческий кластер.  Местные власти инвестировали финансовые средства в строительство нового мультикультурного центра на базе цирка на основе следующих ресурсов: цирк, медиа-школа, несколько музыкальных групп, спортивные клубы, выставочный зал, национальный театр.  Все эти ресурсы по отдельности для муниципальных властей были в расходной статье, но не как средство развития городской территории. В результате появился проект «Subtopia», включавший вначале лишь 5 организаций, но теперь включающий около 50 ассоциаций, компаний и реализующий несколько десятков проектов. Сегодня «Subtopia» – это  площадка для реализации творческих идей, зона для культуры и творчества, которая особое внимание уделяет таким индустриям, как цирк, танцы, уличные представления, медиа, варьете.  Задание: назовите факторы успеха проекта Шведского города Бутчюрка». Можно ли использовать этот опыт для России? |
| 3. Системно подходит к выбору математических методов и информационных технологий для решения конкретных финансово-экономических задач в профессиональной области | **Знать**: информационные технологии, современные IT решения в области креативных индустрий | В ближайшие несколько лет доступность устройств с поддержкой виртуальной и дополненной реальности будет активно расти. По данным Statista, к 2024 году число активных пользователей мобильными устройствами с поддержкой AR-контента составит около 1,7 миллиарда. По этой причине увеличится интеграция VR и AR в содержание креативного продукта. Этому также будет способствовать развитие Интернета и распространение технологии 5G. Ожидается появление более доступных в использовании генеративных инструментов: например, технологий, способных автоматически перенести анимацию или мимику персонажа с IPhone-съемки на 3D-модель. иммерсивные технологии продолжат повсеместно проникать в индустрию развлечений, выводя ее на новый уровень с помощью VR-концертов и AR-выставок. Согласно данным экспертов, ожидается и развитие AR-наработок в сегменте электронной коммерции, которое простимулирует онлайн-шоппинг.  Задание: Назовите иммерсивные технологии, способствующие развитию креативной индустрий. |
| **Уметь**: решает конкретные задачи в профессиональной области с применением информационных технологий и IT решений | Выберите правильный ответ  Назовите сферы, где не используется искусственный интеллект в области креативной индустрии?  а) Дизайн UX;  б) Дизайн интерфейсов;  в) Интерактивный дизайн;  г) Ремесла. |
| 4. Анализирует результаты исследования математических моделей финансово-экономических задач и делает на их основании количественные и качественные выводы и рекомендации по принятию финансово-экономических решений | **Знать**: политику креативных индустрий, отличия и сходства моделей мировых креативных индустрий | Проблемы и барьеры развития креативных индустрий:  Творческие (креативные) индустрии сталкиваются с невозможностью однозначно определить оптимальный режим налогообложения создаваемых продуктов и услуг, у предпринимателей возрастают риски переквалификации сделок, административных штрафов и других санкций.  Творческие (креативные) индустрии критически зависят от защищенности и эффективности управления интеллектуальной собственностью. Однако существующие режимы оборота интеллектуальных прав, государственной регистрации сделок с такими правами и механизмы их защиты не позволяют многократно увеличить количество оборачиваемых результатов.  Недостаточно развиты современные инструменты контрактации и заключения лицензионных договоров, механизмы отслеживания нарушений исключительных прав как в онлайн (незаконное использование товарных знаков, распространение копий авторских моделей одежды или цифрового контента), так и в офлайн ("материальный" контрафакт и ввоз продукции, нарушающей интеллектуальные права российских компаний, с других территорий). Недостаточно развита судебная практика в части использования доказательной базы, особенно в цифровой среде, объективного и обоснованного определения размера ущерба.  Инфраструктура для развития творческого (креативного) предпринимательства и формирования устойчивых творческих (креативных) индустрий в регионах недостаточно развита. Креативные кластеры, несмотря на высокие риски этого вида предпринимательства, ставятся в один ряд с бизнес- и торговыми центрами.  Регионы и города Российской Федерации крайне неравномерно включены в процесс развития творческих (креативных) индустрий и коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности, зачастую конкурируют между собой вместо развития уникальной специализации и кооперации с учетом сильных сторон друг друга, а подавляющая наблюдаемая статистикой часть результатов интеллектуальной деятельности создается в г. Москве.  Крайняя степень неравномерности в оформлении прав на результаты интеллектуальной деятельности и извлечения коммерческого эффекта ведет к негативным последствиям - переезду людей в столичные регионы, расслоению и угрозе потери единого культурно-образовательного пространства, утраты возможностей экономического развития ряда территорий.  Задание: Используя вышеназванные барьеры креативных индустрий, сформулируйте методы их преодоления. |
| **Уметь**: анализирует результаты исследования и делает на их основании количественные и качественные выводы | Выберите правильный ответ.  Какой международной организации принадлежит данное определение: «Креативная экономика – экосистема, включающая широкий спектр профессий, отличающихся созданием материальных благ и рабочих мест посредством индивидуального творчества, стимулирующего создание и использование интеллектуальной собственности».а) Аудиторско-консалтинговая  компания Deloitte;  б) Аудиторско-консалтинговая  компании EY;  в) Агентство стратегических  инициатив (АСИ);  г) Европейский инвестиционный фонд. |

**Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету**

1. Определение креативной индустрии.
2. Опыт становления и реализации креативных индустрий в промышленно развитых странах.
3. Иерархия видов деятельности креативных индустрий.
4. Типология креативных индустрий согласно классификации ООН: культурное наследие, культурные достопримечательности ремесла, праздники и фестивали традиционной культуры);
5. Искусство, включающее индустрии исполнительского и изобразительного искусства; медиаиндустрии, включающие печатную продукцию и публикации, аудиовизуальную культуру и новые медиа; отрасль функционального креатива.
6. Основы мировой культуры.
7. Производители и потребители креативного контента.
8. От культурной индустрии (Адорно, Хоркхаймер, 1947) до креативных индустрий.
9. Креативная экономика (Хокинс, 2011; Лэндри, 2011).
10. Концепция «Креативного класса» (Флорида, 2011).
11. Вклад креативных индустрий в ВВП стран (Китай, США, Великобритания., Италия, Франция, Германия, Бразилия, Австралия, Канада).
12. Занятость в креативных индустриях по странам (США, Великобритания, Германия, Италия, Индия, Бразилия, Канада, Австралия, Гонконг).
13. Роль креативных индустрий в российской экономике.
14. Доля креативной индустрий в мировой торговле.
15. Участие малого и среднего предпринимательства в креативном предпринимательстве развитых стран.
16. Совокупная выручка сектора креативной индустрий.
17. Добавленная стоимость креативного сектора.
18. Креативные профессии.
19. Цифровые проекты в креативных индустриях.
20. Особенности развития американской модели креативных индустрий (США, Канада, Латинская Америка).
21. Стратегия глокализации как стратегия креативного экспорта США. Политика культурных индустрий США.
22. США как нетто-экспортер продукции креативных индустрий (дизайнерская, печатная, аудиовизуальная продукция).
23. Виды культурных секторов США: некоммерческий, зависимый от политической конъюнктуры и частных пожертвований сектор искусств; коммерческие, ориентированные на международный уровень корпорации – «копирайт-индустрии», подчиненные потребительскому спросу.
24. Особенности развития скандинавской модели креативных индустрий (Швеция, Дания, Финляндия).
25. База шведской модели социального государства.
26. Программа развития креативных индустрий Норвегии Innovаtion Norwаy – программа финансирования творческой экономики.
27. Стратегия разработки для предпринимательства в секторе креативных индустрий Финляндии.
28. Креативные индустрии в сфере культуры и искусства Дании.
29. Развитие грантовой поддержки сферы культуры и искусства, стимулирование инноваций и инвестиций в творчество в скандинавских странах.
30. Практическое использование креативных навыков в предпринимательстве в скандинавских странах.
31. Особенности развития европейской модели креативных индустрий (Великобритания, Германия, Испания, Италия, Франция).
32. Project-spaces, картирование, творческие кластеры, агентства поддержки. Архитектура, кино- и аудиовизуальная продукция, реклама, видеоигры, IT, издательское дело.
33. Программа «Креативная Европа».
34. Креативные кластеры Европы.
35. Поддержка креативного сектора в Европе: профессиональные сети и ассоциации; организационный потенциал, специальное образование; инкубаторы и акселераторы; творческие кластеры; интернационализация.
36. Институт бизнес-ангелов Великобритании.
37. Особенности развития азиатской модели креативных индустрий (Гонконг, Сингапур, Тайвань, Китай, Южная Корея, Япония).
38. Стратегия города Возрождения для искусств и культуры Сингапура (2002 год).
39. Политика развития креативных индустрий Гонконга, основанная на поддержке киноиндустрии, креативных наук и методологии оценки креативности территорий.
40. Тайваньская программа «Two Trillion and Twin Star».
41. Мировой рынок разлечений K-pop Южной Кореи как глобальная субкультура.
42. Стиль жизни как не типичный для включения в лист креативных индустрий (Япония). Культурный экспорт Японии.
43. Зоны активного роста креативного сектора: Лондон, Берлин, Барселона, Калифорния, Сидней, Южная Корея.
44. Стримминг и TikTok как двигатель музыкальной индустрии. Онлайн-обучающие платформы (FenderPlay и др.).
45. Арт-рынок в условиях цифровизации.
46. Ведение блога в социальных сетях. Медиабрендинг.
47. Проект поддержки территорий сохранения и развития традиций и укладов бытования (ТЕТРА).
48. Конкурентоспособные бренды территорий Российской Федерации.
49. Эффективные методы по сохранению традиций.
50. Ключевые отрасли для развития креативных индустрий в перспективное масштабе деятельности

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

**Нормативные правовые акты**

* 1. Гражданский кодекс Российской Федерации (в ред. посл. изм. и доп.).
  2. Налоговый кодекс Российской Федерации (в ред. посл. изм. и доп.).
  3. Федеральный закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ «Об акционерных обществах» (в ред. посл. изм. и доп.).
  4. Федеральный закон от 08.02.1998 № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» (в ред. посл. изм. и доп.).
  5. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (в ред. посл. изм. и доп.).
  6. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г.

**Рекомендуемая литература**

**а) основная:**

7. Аликперов, И. М. Фандрайзинг в креативных индустриях : учебное пособие / И. М. Аликперов. – 2-е изд. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 152 с. : ил., табл. – ISBN 978-5-4499-3434-5. – ЭБС Университетская библиотека online. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697144 ; ЭБС Лань. - URL: https://e.lanbook.com/book/240293 (дата обращения: 02.05.2024). – Текст : электронный.

8. Амабиле, Т. Креативность : научно-популярное издание / Т. Амабиле, Ж. Л. Барсу, А. Бранденбургер [и др.]. - Москва : Альпина Паблишер, 2022. - 206 с. - ISBN 978-5-9614-8041-2. - ЭБС ZNANIUM. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2138664 (дата обращения: 02.05.2024). - Текст : электронный.

**б) дополнительная:**

9. Горбачев, С. В. Мировой опыт анализа и прогноза технико-экономического и научно-технологического развития государства : монография / С.В. Горбачев. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 121 с. — (Научная мысль). — ЭБС ZNANIUM. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1819512 (дата обращения: 02.05.2024). - Текст : электронный.

1. Генкин, А. Блокчейн для всех: Как работают криптовалюты, BaaS, NFT, DeFi и другие новые финансовые технологии : научно-популярное издание / А. Генкин, А. Михеев. — Москва: Альпина Паблишер, 2023. — 588 с. — Текст : непосредственный. — То же. — ЭБС ZNANIUM. — URL: https://znanium.ru/catalog/product/2140978 (дата обращения: 02.05.2024). – Текст : электронный.
2. Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие / Д. Ю. Кульчицкая. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 141 с. — ISBN 978-5-7567-1133-2. - Текст : непосредственный. - То же. — ЭБС Лань. — URL: https://e.lanbook.com/book/176636 (дата обращения: 02.05.2024). — Текст : электронный.

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

1. Справочная правовая система «КонсультантПлюс» – [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)
2. Справочная правовая система «Гарант» – <http://www.garant.ru>
3. Сайт Росстата – www.gks.ru
4. Интерактивная финансовая информационная система компании Bloomberg
5. Сайт РосБизнесКонсалтинг – [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru)
6. Сайт Интерфакс – [www.interfax.ru](http://www.interfax.ru)
7. Электронные ресурсы БИК:

* Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
* Электронно-библиотечная система BOOK.RU http://www.book.ru
* Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» http://biblioclub.ru/
* Электронно-библиотечная система Znanium http://www.znanium.ru
* Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» https://urait.ru/
* Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>
* Справочно-образовательная система Актион 360 https://action360.ru/
* Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
* Электронная библиотека издательства «МИФ» («Манн, Иванов и Фербер») https://fa.miflib.ru/auth/#/registration
* Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» https://grebennikon.ru/
* Научная электронная библиотека eLibrary.ru http://elibrary.ru
* Национальная электронная библиотека http://нэб.рф/
* Финансовая справочная система «Финансовый директор» http://www.1fd.ru/
* Ресурсы информационно-аналитического агентства по финансовым рынкам Cbonds.ru https://cbonds.ru/
* СПАРК <https://spark-interfax.ru/>
* Платформа STATISTA <https://www.statista.com/>
* Информационная система «Континент-WWW» <http://continent-online.com/>
* Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks <http://link.springer.com/>
* Электронные продукты издательства Elsevier <http://www.sciencedirect.com>
* Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>
* Библиотека онлайн Лекций по Бизнесу и Маркетингу издательства Неnrу Stewart Talks <https://hstalks.com/business/>
* Henry Stewart Talks: Journals in The Business & Management Collection <https://hstalks.com/business/journals/>
* CNKI. Academic Reference<https://ar.oversea.cnki.net/>
* CNKI. China Academic Journals Full-text Database<https://oversea.cnki.net/kns?dbcode=CFLQ>
* **JSTOR. Arts & Sciences I Collection** <https://www.jstor.org/>
* Коллекция научных журналов Oxford University Press <https://academic.oup.com/journals/>
* Библиотека электронных публикаций Организации экономического сотрудничества и развития OECD iLibrary <https://www.oecd-ilibrary.org/>
* Видеотека учебных фильмов «Решение» (тематические коллекции «Менеджмент», «Маркетинг. Коммерция. Логистика», «Юриспруденция», «Управление персоналом», «Психология управления» http://eduvideo.online/
* База данных научных журналов издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>

**10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Самостоятельная работа студентов реализуется в соответствии с приказом Финансового университета от 11.05.2021 № 1040/о «Об утверждении Методических рекомендаций по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете». Промежуточная аттестация проводится в соответствии с приказом Финансового университета от 23.03.2017 № 0557/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете». Кафедрой могут разрабатываться дополнительные методические рекомендации для отдельных форм проведения аудиторных занятий и самостоятельной работы студентов.

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

**11.** **1. Комплект лицензионного программного обеспечения:**

1. Windows Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint) и т.д.
2. Антивирус Kaspersky
3. Project Expert − программа разработки бизнес-плана и оценки инвестиционных проектов.

**11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Правовая база данных «КонсультантПлюс»
2. Справочно-правовая система «Гарант»
3. Официальный сайт РосБизнесКонсалтинг
4. Информационная система СПАРК.
5. Информационная система Bloomberg.

**11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации**

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не предусмотрены.

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

Для обеспечения обучения по дисциплине «Мировой опыт развития креативных индустрий» необходима следующая материально-техническая база:

* аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;
* библиотеку, имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет.