

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«21» 02 2023 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.11

Менеджмент креативных индустрий

Учебный план: 2023-2024 38.03.02 ИБК Креат мен в диз и моде ОЗО №1-3-60.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:
(специальность) 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Креативный менеджмент в дизайне и моде
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очно-заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
3	УП	4		32		1	
	РПД	4		32		1	
4	УП	16	16	270	22	9	Зачет, Экзамен, Курсовой проект
	РПД	16	16	270	22	9	
Итого	УП	20	16	302	22	10	
	РПД	20	16	302	22	10	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970

Составитель (и):

доктор экономических наук, Заведующий кафедрой

Титова М.Н.

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой менеджмента

Титова Марина
Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Титова Марина
Николаевна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области разработки и реализации эффективных управленческих решений в условиях креативной экономики

1.2 Задачи дисциплины:

Формирование знаний о феномене креативности, его структурных компонентах, способах и методах наращивания креативности у сотрудников современной организации.

Ознакомление с основным терминологическим аппаратом

Раскрытие основных принципов функционирования функционирования креативной экономики и креативных индустрий

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Деловое общение на иностранном языке

Исследование конъюнктуры рынка инноваций

Дизайн-концепция бизнес процессов

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен осуществлять сбор информации о процессе подразделения организации с целью разработки регламента данного процесса или административного регламента подразделения
Знать: Принципы управления операционной деятельностью в малом и среднем бизнесе
Уметь: Адаптировать положения теории менеджмента, организации, инноваций к особенностям предметной области креативных индустрий
Владеть: Навыками управления конкурентоспособностью предприятий креативных индустрий
ПК-4: Способен проводить анализ, обоснование и выбор решения
Знать: Принципы и методы позиционирования предприятий в стратегической конкурентной группе; Особенности предмета и объекта управления креативных индустрий
Уметь: Разрабатывать алгоритм выбора конкретной подсистемы вида деятельности как объекта управления на основе внешней и внутренней информации; обосновывать типологию потребительских свойств и качества обслуживания на предприятиях креативных индустрий
Владеть: Навыками установления тенденций спроса; навыками формирования номенклатуры показателей конкурентоспособности продуктов и организаций креативных индустрий

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Креативная экономика	3					О
Тема 1. Понятие, подсистемы креативной экономики. Два подхода к выделению креативных отраслей		0,5		4		
Тема 2. Глобализация креативных индустрий. Роль креативных индустрий в региональном развитии.		1		4	АС	
Тема 3. Креативность как категория и составляющая бизнеса		0,5		6		
Раздел 2. Креативный менеджмент						О
Тема 4. Классификация типов менеджмента		0,5		4		
Тема 5. Классификация организаций. Влияние креативных подходов		0,5		4		
Тема 6. Конструирование организаций. Модели жизненного цикла		0,5		6	АС	
Тема 7. "Цветные" организации		0,5		4	АС	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)			4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0				

Раздел 3. Креативные индустрии и создание предпосылок инновационных форм занятости					
Тема 8. Организационные формы бизнеса креативных индустрий	2	2	30		O
Тема 9. Бизнес -модели Генри Чесбро, Марка Джонсона – «Захват чистого пространства»	2	1	30		
Тема 10. Особенности формирования спроса креативных индустрий	2	2	30		
Раздел 4. Индустрия моды как подсистема креативных процессов					
Тема 11. Инфраструктура индустрии	2	2	30	AC	O
Тема 12. Контекстуальная модель системы знаков и ее применение в индустрии моды	2	2	30		
Раздел 5. Дизайн и искусство как подсистема креативных процессов					
Тема 13. Отображение процесса креативного дизайна	1	2	30		O
Тема 14. Микро- и макросреда креативных процессов	2	1	30		
Раздел 6. Структура разработки креативного продукта					
Тема 15. Управление процессами креативного дизайна	2	2	30		O
Тема 16. Конкурентоспособность организационных форм креативного бизнеса	1	2	30	AC	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	16	16	270		

Консультации и промежуточная аттестация (Зачет, Экзамен, Курсовой проект)		5,75	16,25		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		41,75	318,25		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

4.1 Цели и задачи курсовой работы (проекта): Цель курсовой работы состоит в закреплении навыков анализа проектной культуры, объединившей научно - техническую деятельность и гуманитарные аспекты, и обоснования предложений по повышению ее конкурентоспособности

Задачи курсовой работы:

Позиционировать организацию КИ ,провести конкурентоориентированный и функциональный бенчмаркинг

Выполнить элементы портфельного анализа

Применить систему Хостин-планирования

Обосновать выдвигаемые инициативы и параметры их оценки

Оценить предлагаемые изменения

4.2 Тематика курсовой работы (проекта): Обоснование проектной идеи организации креативных индустрий

4.3 Требования к выполнению и представлению результатов курсовой работы (проекта):

На основе действующего предприятия КИ вырабатывается новая идея, пересматриваются стратегия, существующий продукт.

Определяется ценность продукта для потребителя, анализируется действующая цепочка полезности(ценности). На основе существующей платформы выбирается модель изменений, применяется система Хостин-планирование. В заключении рассчитываются результирующие показатели.

Изложение текста и оформление работ следует выполнять в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32 – 2017

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-1	Характеризует существенные характеристики объекта управления и специфику организационных форм Применяет существующие управленческие подходы к предметной области креативных индустрий Проводит оценку конкурентоспособности креативного продукта на основе проектного подхода	Перечень вопросов для устного собеседования Практико-ориентированные задания
ПК-4	Излагает принципы конструирования организаций в условиях цифровой среды Разрабатывает канву бизнес-модели креативного продукта Проводит дифференциацию требований к креативному продукту на основе теории Харви Лебенстайна	Перечень вопросов для устного собеседования Практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.	Критическое и разностороннее рассмотрение вопросов, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источниками. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует требованиям
4 (хорошо)	Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в	Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы, либо работа

	знаниях или несущественные ошибки.	представлена с опозданием
3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам	Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием
2 (неудовлетворительно)	Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы. Содержание работы полностью не соответствует заданию.
Зачтено	Обучающийся показывает всестороннее, систематическое и глубокое знание основного и дополнительного учебного материала, умеет свободно выполнять тестовое и практическое задание. Усвоил основную и знаком с дополнительной рекомендованной литературой; может объяснить взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для последующей профессиональной деятельности; проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала.	

Не зачтено	Обучающийся не имеет достаточного уровня знания дисциплины; плохо ориентируется в основных понятиях и определениях; плохо знаком с основной литературой; допускает при ответе на зачете существенные ошибки и не может устранить их даже под руководством преподавателя.
------------	--

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 4	
1	Тенденции изменения спроса креативных индустрий
2	Бенчмаркинг креативных индустрий
3	Креативный менеджмент в цифровой экономике
4	Креативный менеджмент: характеристики и особенности
5	Креативность в менеджменте
6	Конструирование организации
7	"Цветные" организации и креативность
8	Интегральная теория Кена Уилбера
9	Теория «спиральной динамики» и индивидуализация организаций
10	Модель жизненного цикла организации Адизеса
11	Модель жизненного цикла организации Грейнера
12	Креативные индустрии и смена технологических укладов
13	Модели управления жизненным циклом организации
14	Креативная экономика: составляющие и подсистемы
15	Креативная экономика: сущность и общая характеристика
16	Креативные индустрии и глобальные рынки
17	Креативные индустрии и региональное развитие
18	Особенности операционной деятельности креативных индустрий
19	Варианты развития креативных индустрий: международный опыт
20	Сущность и общая характеристика креативных индустрий
21	Старт-ап проекты креативных индустрий
22	Бизнес-модели креативности
23	Проектирование организационных структур
24	Управление развитием продукта
25	Инновационные процессы в дизайне и моде
26	Сервисная деятельность и конкурентоспособность креативных индустрий
27	Диверсификация и реинжиниринг арт-объектов
28	Виды арт-объектов и их особенности
29	Классификации арт-объектов по направлению использования
30	Кастомизация и тенденции развития креативных индустрий
31	Глобализация и тенденции развития индустрии моды
32	Управление жизненным циклом в индустрии моды
33	Иерархия предприятий индустрии моды
34	Развитие дизайна как вида деятельности
35	Развитие индустрии моды как вида деятельности
36	Дизайн как подсистема креативных процессов
37	Подсистемы арт-бизнеса
38	Подсистемы индустрии моды

5.2.2 Типовые тестовые задания

Первоначальное определение «креативности» профессора Стэнфордского университета Джона Као:

Креативность – это

1. Процесс генерирования идей, их развития и превращения в ценности. Он означает одновременно искусство порождения новых идей и науку оттачивания этих идей до стадии воплощения в ценности
2. Процесс человеческой деятельности, создающей качественно новые материальные и духовные ценности. Он означает применение управленческих методов к нестационарным ситуациям
3. Свойства индивида, его способности к продуцированию принципиально новых идей, отсутствующих ранее
4. Способность субъекта создавать не столько новые продукты, сколько новые схемы и алгоритмы для создания этих продуктов, а также схемы и алгоритмы для создания этих алгоритмов и схем.

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Директива Европейского Союза №98/71 (European Union Directive 98/71) узаконила создание «дизайнерского права» во всех странах –членах ЕС. Защита на зарегистрированный образец одежды предоставляется на срок 5 лет и может быть в конечном итоге продлена на общий срок 25 лет. Лицо, подающее заявку на регистрацию, должно обладать исключительным правом на заявленный образец и может запретить использование своей модели третьей стороне без своего согласия, если модель конкурента создает такое же впечатление, как и его зарегистрированный образец. Положение Европейского Совета №6/2002/ЕС (European Council Regulation No. 6/2002/ЕС) защищает незарегистрированный дизайн. Защита предоставляется в момент, когда дизайнерский продукт становится доступным для публики, и действует в течение трех лет. Для получения защиты продукт должен обладать новизной и индивидуальными признаками, которые создают принципиально новое представление о данном предмете одежды у сведущего пользователя, чем какие-либо ранее созданные аналогичные продукты.

Как применяется эта директива?

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная + Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

На подготовку к ответу отводится 40 минут

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Ахметова, Г. З., Иванов, В. Н., Маковецкий, М. Ю., Рудаков, Д. В.	Креативный менеджмент	Омск: Омский государственный технический университет	2020	http://www.iprbookshop.ru/115426.html
Беляцкий, Н. П.	Креативный менеджмент	Минск: Вышэйшая школа	2018	http://www.iprbookshop.ru/90784.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Коваленко, Б. Б.	Основы менеджмента. Курс лекций. Часть 1	Санкт-Петербург: Университет ИТМО	2015	https://www.iprbookshop.ru/67481.html
Коваленко, Б. Б.	Основы менеджмента. Курс лекций. Часть 2	Санкт-Петербург: Университет ИТМО	2015	https://www.iprbookshop.ru/67482.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс]. URL: <http://window.edu.ru/>

Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс]. URL.: <https://www.iprbookshop.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Продажа по договору с учебными заведениями об использовании в учебном процессе по заявкам

Microsoft Windows Professional Upgrade Академическая лицензия

Photoshop CC Multiple Platforms Multi European Languages Team LicSub Level 4 (100+) Education Device license

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

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска