

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«28» июня 2022 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.04

Управление креативным продуктом

Учебный план: 2022-2023 42.04.01 ИБК РИСО в креат инд ОО №2-1-128.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:
(специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоём- кость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
4	УП	36	18	53,75	0,25	3	Зачет
	РПД	36	18	53,75	0,25	3	
Итого	УП	36	18	53,75	0,25	3	
	РПД	36	18	53,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

кандидат культурологии, Доцент

Баричко Ярослав

Борисович

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

Степанов Михаил

Александрович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью

Степанов Михаил

Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Степанов Михаил

Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: сформировать компетенции обучающихся в области создания и управления креативными продуктами.

1.2 Задачи дисциплины:

дать представление о принципах создания креативного продукта;
научить формулировать цели и задачи проектной деятельности в сфере креативных индустрий;
сформировать понимание принципов управления новым продуктом.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Бизнес проектирование и маркетинг креативных проектов

Производственная практика (профессионально-творческая практика, включая проектную деятельность)

Событийный маркетинг

Производственная практика (научно-исследовательская практика)

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2: Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации

Знать: принципы и методы разработки и осуществления креативного продукта, основные традиционные и современные подходы к разработке нового креативного продукта и коррекции уже существующих продуктов для придания им новой креативной составляющей, основные традиционные и современные подходы к управлению креативным продуктом

Уметь: находить инновационные решения в разработке креативного продукта, использовать известные креативные решения для новых сфер деятельности и новых товарных категорий креативных продуктов, использовать основные технологии и методы функционирования креативных индустрий для создания новых креативных продуктов
--

Владеть: навыками проектного планирования разработки креативного продукта, навыками разработки и тестирования креативного продукта, навыками сопровождения креативного продукта с учётом специфической деятельности 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. Введение в управление креативным продуктом	4					ДС,Пр
Тема 1. Креативный продукт и креативные предприятия. Понятие, виды и функции креативного продукта. Креативное производство и его роль мировой и Российской экономике. Институциональные формы креативных предприятий. Стратегии развития креативных предприятий Практическое занятие: Классификация креативных продуктов. Какие темы и продукты в мейнстриме? Продюсирование креативных продуктов.		4	2	6	АС	
Тема 2. Понятие продуктового менеджмента (product management) в креативных индустриях. Креативный продукт как объект управления в комплексе маркетинга. Профессия продакт-менеджера: квалификация, функции и зоны ответственности. Продакт-менеджер в производстве креативного продукта. Продуктовые исследования. Изучение рынка. Методология исследования, объекты исследования, предмет исследования, ситуационный анализ матрица И.Анзоффа «Продукт-рынок» Матрица БГК. Жизненный цикл креативного продукта. Практическое занятие. Исследования рынка творческой индустрии. SWOT, PEST, GAP-анализ. «Продукт-портфолио».		4	2	6	ИЛ	
Раздел 2. Вывод на рынок нового креативного продукта. От идеи до запуска						С,КПр,З,ДС
Тема 3. Планирование и прогнозирование нового креативного продукта. Создание продукта и управление командой Позиционирование, сегментирование, оценка существующих потребностей. Оценка затрат. Определение цен. Практическое занятие. Разработка плана, позиционирование, разработка уникального торгового предложения (УТП)	4	2	8	ИЛ		

<p>Тема 4. Разработка нового креативного продукта. Планирование деятельности по разработке новой продукции (Roadmap, Mindmap). Методология генерирования идей нового продукта – метод фокальных объектов, ТРИЗ, «рыбная кость», скрининг идей нового продукта. Найм и обучение персонала при создании креативного продукта</p> <p>Практическое занятие: Генерация идеи, скрининг идеи, разработка концепции. <u>Использование метафор</u></p>	4	2	6	АС	
<p>Тема 5. Креатив и продвижение новых продуктов на рынке. Концепция дизайна и фирменного стиля продукта. План продвижения, таргетинг.</p> <p>Практическое занятие: Бенчмаркетинг: анализ креативных продуктов. Стратегии и каналы продвижения. Измерение эффективности рекламной кампании, сбытовая стратегия, аудит и корректировка плана продвижения.</p>	3	2	6	РИ	
<p>Тема 6. Финансирование креативного продукта.</p> <p>Практическое занятие: Анализ потенциальных источников финансирования продукта</p>	3	2	6,75	ГД	
<p>Раздел 3. Реализация и оценка креативного продукта</p>					
<p>Тема 7. Правовые аспекты при бизнес планировании. Авторские права. Проблемы интеллектуальной собственности. Практическое занятие: Защита интеллектуальной собственности.</p>	4	2	6	ИЛ	
<p>Тема 8. Качество управления креативным продуктом. Закон надежности и ненадежности. Методы и средства управления качеством Модель «потери качества», «Дом качества». Практическое занятие: Подготовка продукта к релизу, коммерциализация и вывод на рынок. Тестирование</p>	4	2	6	НИ	ДС,Пр
<p>Тема 9. Управление рисками. Риски и неопределенность в управлении креативным продуктом. Идентификация риска. Планирование мероприятий по управлению рисками. Практическое занятие: Мониторинг и оценка с использованием электронных таблиц. Сбор обратной связи о креативном продукте. Soft-скиллы и личная эффективность в управлении креативным продуктом</p>	6	2	3	ГД	
<p>Итого в семестре (на курсе для ЗАО)</p>	36	18	53,75		
<p>Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)</p>	0,25				
<p>Всего контактная работа и СР по дисциплине</p>	54,25		53,75		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

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-2	описывает принципы и методы создания креативного продукта и характеризует подходы к управлению креативным продуктом; отбирает эффективные управленческие решения для развития креативных индустрий и создания новых креативных продуктов; осуществляет разработки и тестирования креативного продукта, проектирует программу коммуникационного сопровождения продукта	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированное задание

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Обучающийся ответил на один из вопросов для устного собеседования, показав знание материала в полном объеме; последовательно и продуманно изложив его с использованием терминологии учебного предмета, применяя конкретные примеры. Показал умение делать обобщение, сравнение, выводы. Содержание материала изложено самостоятельно, без наводящих или уточняющих вопросов. В целом полностью выполнил предложенное практическое задание, допускается несколько (3-4 несущественные ошибки или неточности).	
Не зачтено	Обучающийся не способен к связному ответу на полученный вопрос, демонстрирует незнание или непонимание базовых понятий материала. Обучающийся не смог ответить на один из поставленных теоретических вопросов по всему курсу, показав отсутствие знаний по изучаемой дисциплине. Задание или не сделано, или допущено много ошибок, классифицируемых как грубые.	

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
Семестр 4	
1	Понятие креативного продукта. Виды и функции креативного продукта.
2	Креативное производство и его роль мировой и Российской экономике
3	Институциональные формы креативных предприятий
4	Методы генерирования идей нового креативного продукта
5	Оценка затрат и определение цен на креативный продукт.
6	Методы, стратегии и каналы продвижения креативного продукта

7	Маркетинг креативного продукта
8	Финансирование креативного продукта
9	Работа с персоналом при создании креативного продукта
10	Правовая защита креативного продукта
11	Риски и неопределенность в управлении креативным продуктом
12	Soft-skills и личная эффективность в управлении креативным продуктом
13	Выбор стратегии развития креативного предприятия
14	Понятие и особенности продуктового менеджмента (product management) в креативных индустриях.
15	Креативный продукт как объект управления в комплексе маркетинга
16	Оценка эффективности креативного проекта.
17	Маркетинговая стратегия креативного проекта
18	Основные обязанности продакт-менеджера
19	Методология, объекты и предметы исследования рынка креативных продуктов
20	Жизненный цикл креативного продукта.
21	Рыночно-ориентированный и ресурсо-ориентированный подход к разработке нового креативного продукта
22	Основные модели инновационного процесса
23	Техники продвижения креативного проекта.
24	Понятие маркетинга креативного проекта
25	Планирование и прогнозирование нового креативного продукта.

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены.

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Практико-ориентированное задание

Изучив тренды в сфере креативных индустрий (например, на основе цикла хайпа Гартнера <https://habr.com/ru/company/samsung/blog/477040/>) и придумать 5 идей нового креативного продукта, основанных на них.

Необходимо доказать возможность реализации этих продуктов, ответив на вопросы:

1. Почему, по вашему мнению, на рынке есть необходимость в вашем продукте и возможность его реализации?
2. Оцените техническую осуществимость вашей идеи
3. Кто ваша целевая аудитория?
4. Какие выгоды вы ей предлагаете?
5. Каково ценностное предложение вашего продукта?

Результаты представьте в pdf-презентации на 15-20 слайдов (3-4 слайда на каждый креативный продукт).

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»

Сданный проект креативного продукта в формате pdf презентации

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Обучающийся разрабатывает проект и подает его на зачет. На зачете выбирается один вопрос. Время подготовки 15 минут. Собеседование по вопросу и проекту.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				

Парр, Бен, Окунькова, И.	Ловушка для внимания: Как вызвать и удержать интерес к идее, проекту или продукту	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82707.html
Захарова, Ю. А.	Продакт-менеджмент, или Искусство управления товаром	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/90237.html
Милицкая, Е.	Руководство по улучшению бизнес-процессов	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82470.html
Дубина, И. Н.	Модели теории игр для анализа креативно-инновационной деятельности	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/76238.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Кристенсен, Клейтон, Холл, Тедди, Диллон, Карен, Данкан, Дэвид, Бакушева, Е.	Закон успешных инноваций: Зачем клиент «нанимает» ваш продукт и как знание об этом помогает новым разработкам	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82422.html
Вайл, Питер, Ворнер, Стефани, Окунькова, И.	Цифровая трансформация бизнеса: Изменение бизнес-модели для организации нового поколения	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82656.html
Дубина, И. Н.	Модели и методы формирования и стимулирования креативно-инновационных коллективов	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/76237.html
Фролко, С. В., Молокова, Е. И., Бженникова, Д. Г., Абонеева, Е. В., Каграманова, Т. И., Клочко, Н. В., Васюкова, В. А., Казначеева, М. Г., Литвинова, О. С., Павленко, И. М., Воробьева, И. В., Шидакова, Е. Е., Тартышева, Н. А., Фролко, М. С., Зубква, А. А., Молокова, Е. И.	Развитие бизнес-процессов в условиях модернизации региональной экономики	Саратов: Вузовское образование	2019	http://www.iprbookshop.ru/79787.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>
2. Первая полоса. Маркетинг и реклама. Бизнес и инновации. [Электронный ресурс] URL: www.reklamaster.com
3. Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью [Электронный ресурс] <http://www.akospr.ru/>
4. Сетевое издание AdIndex.ru [Электронный ресурс] <https://adindex.ru/>
5. Рейтинговое издание [Электронный ресурс] <https://www.alladvertising.ru/spb/>
6. Инфраструктурная формация RUWARD [Электронный ресурс] <https://ruward.ru/group/>
7. Электронно-справочная система [Электронный ресурс]. <https://www.rusprofile.ru/>
8. Электронно-библиотечная система Znanium [Электронный ресурс]. <http://www.znanium.com/>
9. Научная электронная библиотека eLibrary.ru [Электронный ресурс]. <http://elibrary.ru/>
10. Информационный ресурс, содержащий информацию о зарегистрированных юридических лицах и индивидуальных предпринимателях («СПАРК») [Электронный ресурс]. <http://www.spark-interfax.ru/>
11. справочная правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. <http://www.consultant.ru/>
12. справочная правовая система «ГАРАНТ» [Электронный ресурс]. <http://www.garant.ru/>
13. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
14. Электронная научная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/>
15. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>
16. Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн БиблиоКлуб [Электронный ресурс]. <http://www.biblioclub.ru>
17. Электронно-библиотечная система (ЭБС) на платформе издательства «Лань» [Электронный ресурс]. <http://e.lanbook.com>
18. Официальный сайт Российской государственной библиотеки [Электронный ресурс]. <https://www.rsl.ru>
19. Видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки, показа и монетизации видео YouTube [Электронный ресурс]. URL: <http://youtube.com>.
20. Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus [Электронный ресурс]. URL: <https://www.scopus.com>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

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

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска