

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.11

Менеджмент креативных индустрий

Учебный план: 2025-2026 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.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
3	УП	4	32		1	
	РПД	4	32		1	
4	УП	16	270	22	9	Зачет, Экзамен, Курсовой проект
	РПД	16	270	22	9	
Итого	УП	20	302	22	10	
	РПД	20	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):

кандидат психологических наук, Доцент

Килошенко Мая Ивановна

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 у студентов системное понимание специфики процессов управления в креативных индустриях (дизайн и мода) и развить практические навыки, необходимые для эффективной работы креативным менеджером.

1.2 Задачи дисциплины:

Познакомить студентов с основными теориями креативности, моды и концепциями менеджмента; структурой и экономикой индустрий моды и дизайна.

Формировать умения разрабатывать бизнес-модели для креативных проектов; создавать и мотивировать творческие команды; разрабатывать коммуникационные стратегии.

Развивать навыки принятия управленческих решений в сфере моды и дизайна; использования методов и техник генерации и развития новых идей; применения методов решения конфликтов в творческой среде.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Исследование конъюнктуры рынка инноваций

Дизайн-концепция бизнес процессов

История управленческой мысли

Маркетинг

Методы принятия управленческих решений

Инновационный менеджмент

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 организации
Знать: Принципы и специфику процесса управления в креативных индустриях (дизайн и мода)
Уметь: Адаптировать положения теории креативности, 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 продукта и качества обслуживания на предприятиях креативных индустрий
Владеть: Навыками принятия управленческих решений в сфере моды и дизайна; использования методов и техник генерации и развития новых идей; применения методов решения конфликтов в творческой среде.

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 менеджмент креативных индустрий	3					О
Тема 1. Креативные индустрии в структуре креативной экономики. Классификация, экономический вклад, глобальные тренды. Специфика индустрий моды и дизайна. Предмет и объект управления креативных индустрий		2		16		
Тема 2. Креативность как феномен и составляющая бизнеса. Креативный процесс.		2		16		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32		
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0				
Раздел 2. Мода и дизайн как содержание работ	4					О
Тема 3. Экономика креативных индустрий: цепочка создания стоимости в моде и дизайне (от идеи до потребителя).		1	1	10		

Тема 4. Мода как феномен и содержание деятельности. Дизайн как феномен и содержание деятельности. Контекстуальная система знаков и ее применение в индустрии моды.		1	1	10		
Раздел 3. Креативный менеджмент						
Тема 5. Роль и функции креативного менеджера. Компетенции современного менеджера в сфере дизайна и моды. Карьера в креативном менеджменте: возможные пути развития.		1	1	10	AC	O
Тема 6. Методы работы креативного менеджера.		1	1	4		
Раздел 4. Управление командой и творческим процессом						
Тема 7. Особенности управления творческими людьми. Мотивация, лидерство и создание среды для генерации идей.		2	2	10		O
Тема 8. Управление креативными процессами: мозговые штурмы, методика дизайн-мышления, организация workflow.		1	1	10		
Тема 9. Коммуникации и разрешение конфликтов в творческой среде.		1	1	10		
Раздел 5. Креативная стратегия и бизнес-моделирование						
Тема 10. Конструирование организаций в креативной индустрии. "Цветные" организации.		1	1	10	AC	O
Тема 11. Особенности планирования в креативной индустрии. Планирование коллекции от концепции до производства. Метод Хосин Канри.		1	1	30		
Тема 12. Бизнес-модели в креативных индустриях: от традиционного wholesale до DTC (Direct-to-Consumer), subscription-based, rental-модели.		0,5		10		
Тема 13. Управление проектами в моде: Agile vs. Waterfall подходы.		0,5		6	AC	
Раздел 6. Перспективы креативного менеджмента в цифровую эпоху						
Тема 14. Создание DNA бренда, управление репутацией.		1	1	30	AC	O
Тема 15. Цифровой маркетинг и социальные сети для фэшн-брендов. SMM, контент-стратегия, работа с инфлюенсерами.		1	1	30		
Тема 16. PR и ивент-менеджмент: организация показов, презентаций, сотрудничество со СМИ.		1	1	30		
Тема 17. Управление продажами: B2B (сотрудничество с мультибрендовыми магазинами) и B2C (онлайн- и оффлайн-ритейл).		1	1	30		
Тема 18. Устойчивое развитие и этика в индустрии моды как конкурентное преимущество. Глобализация и международный менеджмент: выход на зарубежные рынки, логистика, культурные особенности.		1	2	30		
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:

Обосновать выдвигаемые инициативы и параметры их оценки.

Обосновать используемые методы портфельного анализа, методы генерирования и развития новых идей, методы работы с творческим коллективом.

Оценить предлагаемые изменения.

4.2 Тематика курсовой работы (проекта): Комплексный бизнес-план по запуску нового проекта в сфере моды или дизайна (бренд одежды, аксессуаров, дизайн-студия, онлайн-платформа и т.д.).

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 Хосин-планирование. В заключение рассчитываются результирующие показатели.

Проект должен включать:

1. Резюме проекта.
2. Теоретическая основа проекта.
3. Анализ рынка и конкурентов.
4. Описание бренда и позиционирования.
5. Бизнес-модель и маркетинговую стратегию.
6. Организационный и производственный план.
7. Финансовый план (расчет на 1-й год).
8. Питч-презентацию (5-7 минут).

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 знаниях или несущественные ошибки.	Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы, либо работа 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	Креативные индустрии в структуре креативной экономики.
2	Классификация креативных индустрий.
3	Экономический вклад, глобальные тренды развития креативных индустрий.
4	Стратегическое позиционирование бренда.
5	Специфика индустрий моды и дизайна.
6	Предмет и объект управления креативных индустрий.
7	Роль и функции креативного менеджера.

8	Компетенции современного менеджера в сфере дизайна и моды.
9	Карьера в креативном менеджменте: возможные пути развития.
10	Креативность как составляющая бизнеса.
11	Цепочка создания стоимости в моде и дизайне (от идеи до потребителя).
12	Конструирование организаций в креативной индустрии.
13	Теория "цветных" организаций.
14	Бизнес-модели в креативных индустриях.
15	Уникальное торговое предложение (УТП) в перенасыщенном рынке.
16	Принципы управления творческой командой.
17	Особенности управления творческими людьми.
18	Мотивация творческих людей.
19	Лидерство и руководство творческими командами.
20	Создание среды для генерации идей.
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
39	Метод и методика проведения мозгового штурма.
40	Методика дизайн-мышления и её применение в креативных индустриях.
41	Графическое представление потока задач (workflow).
42	Коммуникации и разрешение конфликтов в творческой среде.
43	Контекстуальная модель системы знаков и ее применение в индустрии моды.
44	Бренд-менеджмент в моде.
45	Особенности управления продажами в сфере моды и дизайна.
46	Цифровой маркетинг и социальные сети для фэшн-брендов.
47	PR и ивент-менеджмент в креативных индустриях.
48	Управление продажами в сфере моды и дизайна.
49	Устойчивое развитие и этика в индустрии моды как конкурентное преимущество.
50	Глобализация и международный менеджмент.
51	Культурные особенности менеджмента креативных индустрий.

5.2.2 Типовые тестовые задания

Какое из определений понятия «креативность» принадлежит профессору Стэнфордского университета Джону Као:

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/EC) 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
Килошенко М.И.	Психология моды. 3-е изд.	Санкт-Петербург: Питер	2017	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=338610
Котлер, Ф., Виноградова, Т. В., Чех, А. А., Царук, Л. Л., Сухановой, М.	Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер	Москва: Альпина Паблицер	2024	https://www.iprbookshop.ru/137910.html
Климович, Л. К.	Основы менеджмента	Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО)	2021	https://www.iprbookshop.ru/125483.html

Тодд, Любарт, К., Муширу, С., Торджман, Ф., Зенасни, Люсин, Д. В.	Психология креативности	Москва: Когито-Центр	2019	https://www.iprbookshop.ru/88291.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
М.М.Кузнецова	Современная индустрия моды	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2022	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2022173
Келлер, С., Прайс, К.	Больше, чем эффективность: как самые успешные компании сохраняют лидерство на рынке	Москва: Альпина Паблишер	2024	https://www.iprbookshop.ru/137988.html
Паундстоун, Уильям, Лисовский, А.	Найти умного: Как проверить логическое мышление и творческие способности кандидата	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82735.html
Боровинская, Д. Н., Захарова, Л. Н., Суровцева, В. А.	Феномен креативности. Философско-методологический анализ	Сургут: Сургутский государственный педагогический университет	2017	https://www.iprbookshop.ru/87019.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
 Creative Cloud for teams - All Apps ALL Multiple Platforms Multi European Languages Team LicSub Level 4 (100+) Education Device license Renewal
 1С-Битрикс: Внутренний портал учебного заведения

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