

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.13

Организация креативных кластеров

Учебный план: 2025-2026 42.03.01 ИБК МКСКИ ЗАО 1-3-51.plx

Кафедра: **22** Истории и теории дизайна и медиакоммуникаций

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки:
(специализация) Маркетинговые коммуникации в сфере культуры и искусств

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
4	УП	4	12	79	13	3	Зачет, Курсовой проект
	РПД	4	12	79	13	3	
Итого	УП	4	12	79	13	3	
	РПД	4	12	79	13	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат педагогических наук, Доцент

Пашедко Юлия
Михайловна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой истории и теории дизайна и
медиакоммуникаций

Вильчинская-
Бутенко Марина
Эдуардовна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Вильчинская-
Бутенко Марина
Эдуардовна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Формирование профессиональных знаний, умений и навыков в области формирования и функционирования креативных кластеров, руководством их создания и развития

1.2 Задачи дисциплины:

Формирование базовых знаний в сфере креативной экономики, как одной из наиболее быстро растущих секторов мировой экономики;

Формирование знаний в области формирования и функционирования креативных кластеров;

Формирование навыков и умений руководства созданием и развитием креативного кластера, организовывать мероприятия на базе креативных кластеров;

Формирование навыков разработки механизмов управления креативным кластером.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Маркетинг культурного продукта

Маркетинговый анализ региональных художественных рынков

Мировой художественный рынок и аукционное дело

Организация бизнес-мероприятий и спонсоринг

Правовое регулирование рекламы и PR художественного рынка

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен организовать маркетинговые исследования в области СМИ
Знать: теоретические основы креативной экономики; взаимодействие креативных индустрий и творческих кластеров; отечественный и зарубежный опыт в области формирования и функционирования творческих кластеров.
Уметь: руководить созданием и развитием культурного кластера; организовывать мероприятия на базе культурных кластеров
Владеть: навыками разработки механизмов управления творческим кластером.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Теоретические основы организации креативных кластеров	4					
Тема 1. Развитие творческих индустрий и инноваций в культуре и искусстве, как одно из приоритетных направлений развития сферы культуры		2				
Тема 2. Основы государственной политики в развитии кластерных индустрий: методических рекомендаций по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации (Министерство Экономического Развития Российской Федерации); «О Концепции социальноэкономического развития регионов»				10		
Тема 3. Концептуальные подходы к развитию креативных кластеров: зарубежный и отечественный опыт		2		10	ГД	
Раздел 2. Организационные и управленческие аспекты деятельности креативных кластеров						
Тема 4. Система управления производственными процессами в креативном кластере			4	10		
Тема 5. Управленческая деятельность как субъектно-объектные отношения. Теории управленческой деятельности и их отражение в системе управления креативными кластерами			4	10		
Тема 6. Организационные отношения, организационное документирование, организационная культура креативных кластеров			2	10	ГД	
Раздел 3. Проектная деятельность как основа производственной деятельности в сфере креативной экономики						
Тема 7. Семинар: "Технология проектирования и основные этапы разработки творческих проектов"			2	6		
Тема 8. Механизмы финансирования проектной деятельности в креативных индустриях: фандрейзинг, спонсорство, благотворительность, государственная поддержка.				10		
Тема 9. Маркетинговые коммуникации в продвижении проектов креативных кластеров				13	РИ	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)			4	12	79	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет, Курсовой проект)			3,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		19,25		79		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

4.1 Цели и задачи курсовой работы (проекта): Цель курсовой работы (проекта): определить соответствие результатов освоения учебной дисциплины обучающимися требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования и подтвердить их способность и готовность использовать знания, умения и (или) практический опыт в профессиональной деятельности.

Задачи курсовой работы (проекта):

- 1) применять полученные в процессе обучения теоретические знания;
- 2) использовать справочную и нормативную литературу для решения различных задач, связанных с профессиональной деятельностью в области организации и управления креативными кластерами;
- 3) исследовать проблемы кластерной экономики, развития креативных кластеров, систем и механизмов их организации.

4.2 Тематика курсовой работы (проекта): 1. Основные проблемы креативной экономики: отечественный и зарубежный опыт

2. Национальные и федеральные проекты в развитии креативных кластеров
3. Опыт создания и развития креативных кластеров - мировой опыт
4. Сущность, содержание и специфика современного менеджмента в сфере кластерной индустрии.
5. Основные составляющие и особенности менеджмента как системы управления в сфере креативных кластеров.
6. Формы организации креативных кластеров - мировой опыт.
7. Историческая ретроспектива развития форм организации креативных кластеров.
8. Современное состояние креативной индустрии и его влияние на содержание деятельности менеджера.
9. Современные формы организации креативных кластеров и их особенности в условиях Санкт-Петербурга.
10. Исторические этапы развития кластерной индустрии в странах Европы и США.
11. Предпосылки и закономерности развития мировой креативной экономики.
12. Особенности развития отечественной креативной индустрии.
13. Национальный компонент и национальная ментальность - влияние на специфику организации креативных кластеров.
14. Современное искусство на рынке творческой индустрии города Москвы.
15. Теории управленческой деятельности в креативной экономике.
16. Диверсификация продуктов деятельности сферы креативных кластеров.
17. Организационные структуры управления в кластерных учреждениях.
18. Организационная культура современных креативных кластеров.
19. Особенности организации деятельности проектной группы креативных кластеров.
20. Инструменты маркетинговых коммуникаций в креативных кластерах.
21. Мировой опыт и основные типы финансирования креативных кластеров.
22. Спонсорство и благотворительность в креативной индустрии.
23. Продвижение проектов в кластерной индустрии.
24. Организация и проведения специальных событий в креативных кластерах.
25. Специфика организации мероприятий в креативных кластерах.

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

Как правило, стандартная структура курсовой работы состоит из введения, двух или трех глав, каждая глава может состоять из двух и более параграфов (но не менее двух), заключения и списка используемых источников.

Введение — это более формализованная часть работы. В него входят следующие элементы: актуальность, степень разработанности темы, объект и предмет, цель и задачи, хронологические и территориальные рамки, краткое содержание работы.

В актуальности необходимо объяснить причины/мотивы обращения к выбранной теме.

Степень разработанности темы предполагает обзор литературы по теме с оценкой степени ее изученности и выявления направления собственного исследования.

Определение объекта курсовой работы зависит от характера выбранной проблемы. Объектом исследования могут быть как внешняя и внутренняя политика первых Романовых, так и основные политические преобразования первых Романовых.

Предметом принято считать ту из сторон объекта, которая непосредственно подлежит изучению. Это наиболее значимая сторона объекта. Предмет устанавливает познавательные границы, в пределах которых изучается конкретный объект. Одному и тому же объекту может соответствовать несколько различных предметов исследования, каждый из которых по содержанию определяется тем, какую именно сторону объекта он отражает.

Цель исследования — это то, ради чего проводится исследование. Задачи — то, что делается ради достижения цели или приближения к ней. Следует отметить, что каждому параграфу курсовой работы должна соответствовать одна задача, поэтому количество задач определяется количеством параграфов работы.

Объем введения должен составлять примерно одну десятую часть от общего объема курсовой работы — максимум 1,5 – 2 страницы

Основная часть курсовой работы в большинстве случаев делится на части, выраженные в главах. В первой главе излагаются и анализируются наиболее общие положения, касающиеся темы курсовой работы. В других главах описывается конкретный исторический материал. Каждая глава должна заканчиваться резюмирующими выводами.

В «Заключении» приводятся выводы, характеризующие в сжатом виде итоги проделанной работы. В «Заключении» не допускается повторение содержания введения и основной части, в частности выводов, сделанных по главам. Объем «Заключения» примерно не более 1-2 страницы.

К «Списку используемой литературы» курсовой работы предъявляются следующие требования:

- соответствие литературы теме курсовой работы;
- разнообразие видов изданий: справочных, научных (статьи, монографии, диссертационные исследования) и учебные;

- отсутствие морально устаревших документов.

Общее количество источников в среднем должно составлять около 15-20.

Существует ряд нормативных документов, которыми следует руководствоваться при оформлении текста курсовой работы. Объем работы не должен превышать 25 страниц (приложения в объем не входят). На странице не менее 27-29 строк. Текст должен быть набран на компьютере, шрифтом Times New, размер 14, межстрочный интервал — полторный. Согласно ГОСТ 7.32-2001 научно-исследовательские работы оформляются на одной стороне листа (формат А4), с соблюдением полей: левое — 3 см, правое — 1,5 см, верхнее и нижнее поля — 2 см.

Текст должен быть выровнен по ширине страницы. Чтобы между абзацами был такой же интервал как между строками (полторный) необходимо при наборе текста на компьютере в опцию «Абзац» и «Отступы и интервалы» выставить «Интервал» перед и после «0».

Титульный лист курсовой работы должен содержать следующие сведения:

- полное наименование вуза, института, кафедры;
- код и наименование направления подготовки;
- название вида документа (курсовая работа (проект));
- название темы работы;
- сведения об исполнителе (номер группы, фамилия имя отчество, номер зачетной книжки);
- сведения о проверяющем работу (учёная степень, учёное звание, фамилия имя отчество);
- наименование места и года выполнения.

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	- раскрывает особенности креативной экономики, понятия "креативные индустрии" и "творческий кластер"; - сравнивает отечественный и зарубежный опыт в области формирования и функционирования творческих кластеров; - определяет основные методы руководства, создания и развития культурного кластера, специфику организации мероприятий на базе культурных кластеров.	Вопросы для собеседования Практико-ориентированные задания Курсовая работа

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
4 (хорошо)	Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
3 (удовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
2	Неспособность ответить на вопрос без	

(неудовлетворительно)	помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
Зачтено	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
Не зачтено	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

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	Понятия «креативный кластер» и «креативная экономика»
2	Объекты креативных кластеров и их классификация
3	Рынок креативной индустрии и его особенности
4	Сущность, содержание и специфика современного менеджмента в сфере кластерной индустрии
5	Функции управления в сфере креативных кластеров
6	Особенности менеджмента как системы управления в сфере кластерной индустрии
7	Креативная индустрия как система: элементы и взаимосвязи
8	Виды, формы креативных кластеров и их классификация
9	Формы организации креативных кластеров
10	Роль форм организации креативных кластеров в развитии экономики
11	Историческая ретроспектива развития видов и форм организации креативных кластеров
12	Факторы, влияющие на развитие форм креативной индустрии
13	Особенности развития форм креативных кластеров в Европе
14	Особенности развития креативных кластеров в США
15	Особенности развития креативных кластеров в России
16	Современные формы организации креативных кластеров и их особенности в условиях Санкт-Петербурга и Москвы
17	Исторические этапы развития и становления мировой кластерной индустрии
18	Предпосылки формирования мировой кластерной индустрии как системы
19	Основные закономерности развития мировой кластерной индустрии
20	Роль кластерной индустрии в жизни общества: позитивные и негативные аспекты
21	Особенности и характерные черты развития отечественной кластерной индустрии
22	Возникновение системы управления производственными процессами в креативных кластерах
23	Управленческая деятельность как субъектно-объектные отношения
24	Теории управленческой деятельности и их отражение в системе управления в креативной индустрии
25	Источники финансирования креативной индустрии

26	Механизмы управления в кластерной индустрии
27	Общая характеристика продуктов деятельности в креативных кластерах
28	Концептуальные подходы к созданию проектов в креативных кластерах
29	Понятие технологии в менеджменте и ее специфика
30	Проектная деятельность как основа производственной деятельности в сфере кластерной индустрии
31	Технология проектирования и основные этапы разработки проекта
32	Особенности и характерные черты развития отечественной кластерной индустрии и отечественного арт-менеджмента
33	Реклама, как инструмент маркетинговых коммуникаций в кластерной индустрии
34	Маркетинговые коммуникации в креативных кластерах
35	Организация специальных событий в продвижении деятельности креативных кластерах
36	Современные проблемы креативной индустрии - мировой опыт

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Практико-ориентированное задание состоит в разработке концепции креативного кластера в заданных территориальных условиях.

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

1) невозможность пользоваться словарями, справочниками, конспектами,

2) время на подготовку 30 минут, на ответ - в соответствии с принятыми в вузе нормами на одного обучающегося – зачёт 15 минут.

Учитываются баллы, накопленные в течении семестра

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Чигирioва, М. В., Титова, М. Н., Любименко, А. И.	Менеджмент в индустрии моды и арт-объектов	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2020	http://www.iprbookshop.ru/103958.html
Ульяновский, А. В.	Креативные индустрии: смена поколений и актуальных героев	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/101352.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Арутюнова А. Г.	Арт-рынок в XXI веке: пространство художественного эксперимента — 3-е изд. (эл.).	Москва: ВШЭ	2018	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=370362

Позднякова, Ж. С., Алферова, Л. В.	Маркетинг территорий	Челябинск, Саратов: Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/81483.html
Безрутченко, Ю. В.	Маркетинг в социально- культурном сервисе и туризме	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/75219.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. Информатика и информационные технологии» [Электронный ресурс]. URL: http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6

База данных Минэкономразвития РФ «Информационные системы Министерства в сети Интернет» [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov.ru/minrec/about/systems/infosystems/>

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

База данных исследований Центра стратегических разработок [Электронный ресурс]. URL: <https://www.csr.ru/issledovaniya/>

Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus[Электронный ресурс]. URL: <https://www.scopus.com>

Официальный интернет-портал правовой информации (федеральная государственная информационная система) [Электронный ресурс]. URL: <http://pravo.gov.ru>

Министерство экономического развития Российской Федерации. Федеральная государственная информационная система территориального планирования [Электронный ресурс]. URL: <https://fgistp.economy.gov.ru/>

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

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