

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.03

Бизнес проектирование и маркетинг креативных проектов

Учебный план: 2025-2026 42.04.01 ИБК РИСО в креат инд ЗАО №2-3-128.plx

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

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

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

Уровень образования: магистратура

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					
2	УП	4	8	92	4	3	Зачет
	РПД	4	8	92	4	3	
Итого	УП	4	8	92	4	3	
	РПД	4	8	92	4	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 Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

Кандидат культурологии, Доцент

Баричко Ярослав
Борисович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с
общественностью

Степанов Михаил
Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: сформировать компетенции обучающихся в области бизнес проектирования и планирования маркетинговых коммуникаций креативных проектов.

1.2 Задачи дисциплины:

дать представление о принципах бизнес-проектирования;
сформировать навыки планирования и проектирования креативных проектов;
сформировать понимание принципов управления бизнес процессами на разных этапах жизни проекта;
научить ориентироваться в маркетинговых инструментах и планировать их применение при разработке креативных проектов

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования.

- Интегрированные маркетинговые коммуникации
- Конфликтология и этика деловых коммуникаций
- Маркетинговый анализ и аудит бизнес-процессов
- Введение в теорию и практику креативных индустрий
- Управление инновациями в креативных индустриях

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2: Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации
Знать: Основные этапы бизнес-проектирования в профессиональной сфере с учетом специфики креативных индустрий и адекватного маркетингового комплекса
Уметь: Использовать специальные методы маркетинга для бизнес-планирования и инвестиционного проектирования в креативных индустриях
Владеть: Навыком исследования рынка креативных индустрий и его сегментов, тенденций изменения и развития; планирование и проектирование бизнес-проектов в данной области и их коммуникационного сопровождения

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. Бизнес-планирование креативных проектов	2				
Тема 1. Тема 1. Введение в дисциплину. Цели и задачи, требования к выполнению индивидуальных заданий и подготовки к промежуточной аттестации. Основные понятия и определения: проект, процесс и продукт. Понятие креативного проекта и бизнес-проекта. Примеры креативных проектов. Особенности и основные этапы проектной деятельности. Практическое занятие. Ценности в основе креативного бизнес-проекта. Тренды и инновации в креативных отраслях. Генерация идей креативных проектов. Концепция, цель и задачи креативного проекта.		0,5	1	12	
Тема 2. Тема 2. Понятие бизнес-планирования. Структура и основные этапы разработки бизнес-плана креативных проектов. Методика разработки бизнес-плана. Матрица креативного проекта и шаблон бизнес-модели. Практическое занятие. Обзор и анализ готовых бизнес-планов выбранных студентами проектов из сферы креативных индустрий. Заполнение матрицы креативного проекта и шаблона бизнес-модели. Анализ сегментов целевой аудитории и конкурентов. Уникальное торговое предложение		0,5	1	12	
Тема 3. Тема 3. Финансовое планирование и источники финансирования креативного бизнес-проекта. Расчёт показателей экономической эффективности. Оценка потребности во внешних источниках финансирования. Оценка потребности в заёмных источниках финансирования. Оценка финансовой реализуемости. Анализ безубыточности. Практическое занятие. Разработка финансового плана креативного бизнес-проекта. Анализ рисков и устойчивость бизнеса. SWOT-анализ, KPI		0,5	1	12	

<p>Тема 4. Тема 4. Авторское право в креативных индустриях. Понятие авторского и смежного права. Защита интеллектуальной собственности при разработке и реализации креативного бизнес-проекта.</p> <p>Практическое занятие. Доклады и разбор кейсов нарушения авторских прав в креативных индустриях. Подготовка договоров с авторами (дизайнерами, иллюстраторами, музыкантами, фотографами, видеографами и т.д.).</p>	0,5	1	12	
Раздел 2. Маркетинг креативных проектов				
<p>Тема 5. Основы маркетинга креативных проектов. Составляющие комплекса маркетинга. Роль маркетинга в креативных отраслях. Тенденции и вызовы маркетинга в креативных проектах</p> <p>Практическое занятие. Разработка маркетингового плана для креативного проекта. Формулирование маркетинговых целей проекта. Выбор маркетинговых стратегий и тактик. Планирование маркетинговых коммуникаций. Оценка бюджета и ресурсов для маркетинга</p>	0,5	1	10	
<p>Тема 6. Тема 6. Цифровой маркетинг креативных проектов. Особенности цифрового маркетинга в креативных отраслях. Стратегии продвижения в сети: SEO, контент-маркетинг, социальные сети. Использование инструментов аналитики для оценки эффективности маркетинговых кампаний</p> <p>Практическое занятие. Кейсы успешного цифрового маркетинга. Интеграция цифровых решений в маркетинговый план</p>	0,5	1	10	
<p>Тема 7. Тема 7. Брендинг и продвижение креативных проектов. Роль бренда в креативных отраслях. Процесс создания и позиционирования бренда. Стратегии продвижения бренда. Измерение эффективности коммуникационных кампаний.</p> <p>Практическое занятие. Разработка логотипа и фирменного стиля для проекта. Разработка стратегии позиционирования</p>	0,5	1	12	
<p>Тема 8. Тема 8. Правила оформления и основы презентации креативного бизнес-проекта. "Упаковка" и питчинг проекта. Elevator pitch.</p> <p>Практическое занятие. Подготовка презентации и выступления для инвесторов (питчинг).</p>	0,5	1	12	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	4	8	92	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине	12,25		92	

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 основные этапы составления бизнес-плана креативного проекта разрабатывает и оценивает бизнес-проекты в сфере креативных индустрий; Использует специальные методы исследования рынка креативных индустрий и его сегментов; Применяет маркетинговые методы для разработки проекта, разрабатывает его коммуникационное сопровождение	

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).	Обучающийся представил обоснованный и потенциально жизнеспособный креативный бизнес-проект в формате бизнес плана и презентации для потенциальных инвесторов.
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.	Работа не представлена, либо проект не проработан должным образом или имеет признаки плагиата.

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 2	
1	Поиск источников финансирования проекта
2	Оценка финансовой реализуемости и анализ безубыточности проекта.
3	Понятие маркетинга креативного проекта
4	Понятие креативного проекта
5	Основные типы креативных проектов: классификация, примеры
6	Структура и основные этапы разработки бизнес-плана креативных проектов.
7	Анализ и выбор каналов коммуникации
8	Концепция творческого проекта
9	Управление взаимодействием с клиентами

10	Методика разработки бизнес-плана.
11	Управление мультимедийной и мультиканальной средой коммуникации.
12	Коммуникация с аудиторией до, во время и после реализации проекта
13	Ценностное предложение креативного проекта.
14	Анализ рисков креативных проектов.
15	Определение целевых рынков.
16	Рынок с точки зрения бизнесмена и потребителя.
17	Техники продвижения креативного проекта.
18	Правила оформления и основы презентации бизнес-плана.
19	Питчинг проекта
20	Анализ конкурентов, внешней и внутренней среды.
21	Проектирование и техники составления маркетингового плана
22	Оценка эффективности креативного проекта
23	Маркетинговая стратегия креативного проекта

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Разработка бизнес-плана и маркетинговой коммуникационной стратегии креативного проекта

Задание состоит из двух частей (в соответствии со структурой и разделами дисциплины):

1. Создание бизнес-плана креативного проекта по следующей схеме:

Определение бизнес-модели

Описание проекта

Анализ рынка

План маркетинга

План производства

Организационный план

Финансовый план

Оценка финансовой эффективности проекта

2. Разработка маркетинговой коммуникационной стратегии:

Цели и задачи коммуникационной кампании/мероприятий. Конкретные цели (например, увеличение узнаваемости бренда, привлечение инвестиций, стимулирование продаж и т.д.) Задачи для достижения каждой цели

Выбор каналов коммуникации (социальные сети, СМИ, мероприятия и т.д.) для всех целевых сегментов.

Определение ключевых сообщений и месседжей для всех целевых сегментов

Календарь мероприятий. График публикаций (контент-план) и активностей на 1 месяц. Планирование ключевых событий и мероприятий на 3 месяца

Разработка 2-3 примеров контента (посты, фото, видео, статьи и т.п.)

Оценка эффективности. Определение метрик для оценки успеха (охват, вовлеченность, конверсии)

Методы сбора и анализа данных

Бюджетирование. Расчет затрат на каждый элемент плана. Определение источников финансирования.

Риски и меры по их минимизации Идентификация потенциальных рисков Разработка стратегий для их предотвращения или минимизации

Заключение. Краткое резюме коммуникационной стратегии

Работа предоставляется в форме отчета в формате pdf.

Структура отчёта: титульный лист, содержание, 1 часть (бизнес-план), 2 часть (маркетинговая коммуникационная стратегия), заключение.

3. Питчинг-презентация разработанного креативного проекта на зачете

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»

Допуск к зачету: наличие самостоятельно разработанного креативного бизнес проекта (бизнес-план и маркетинговый коммуникационный план), сданный не менее чем за 5 рабочих дней до зачета.

При наличии задолженности обучающийся обязан предоставить преподавателю свой проект не позднее, чем за 5 рабочих дней до даты пересдачи зачета.

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

В течение семестра выполняются части итогового проекта, поэтому итоговая оценка будет зависеть от того, как обучающийся работал в течение семестра, выполняя задания на практических занятиях и домашние задания.

В течение семестра обучающийся разрабатывает проект и сдает его для допуска на зачет не позднее 5 рабочих дней до промежуточной аттестации. На зачете обучающемуся выпадает случайный вопрос из списка. Время подготовки - 15 минут. Форма зачета: питчинг-презентация проекта и теоретический вопрос.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Шамис, В. А., Левкин, Г. Г.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2023	https://www.iprbooks.hop.ru/124747.html
Горбунов, В. Л.	Бизнес-планирование	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа	2024	https://www.iprbooks.hop.ru/133925.html
Мазилкина, Е. И.	Бизнес-планирование	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2024	https://www.iprbooks.hop.ru/134682.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Быковская, А.	Бизнес своими руками: как превратить хобби в источник дохода	Москва: Альпина Паблишер	2024	https://www.iprbooks.hop.ru/137986.html
Ульяновский, А. В.	Креативные индустрии: смена поколений и актуальных героев	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/101352.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 RuTube [Электронный ресурс]. URL: <https://rutube.ru/>
20. Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus [Электронный ресурс]. URL: <https://scopus.com>
21. Российское интернет-издание о бизнесе, стартапах, инновациях, маркетинге и технологиях [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru>
22. Российское интернет-издание о креативных индустриях и интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. URL: <https://ipquorum.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows

MicrosoftOfficeProfessional

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

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