

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.04.01 Управление инновациями в креативных индустриях

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 | 8 | 4 | 87 | 9 | 3 | Экзамен |
| | РПД | 8 | 4 | 87 | 9 | 3 | |
| Итого | УП | 8 | 4 | 87 | 9 | 3 | |
| | РПД | 8 | 4 | 87 | 9 | 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 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:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: формирование компетенций обучающихся в сфере менеджмента инноваций и смысловому дизайну продуктов, то есть надления вещей смыслом, что дает возможность управлять мотивами потребителей, формировать новые рыночные ниши, а не подстраиваться под существующую конъюнктуру рынка.

1.2 Задачи дисциплины:

продемонстрировать обучающимся принципы и методы формирования креативного продукта, работу стандартных и нестандартных технологий расширения ассортиментной линейки продукта, основные инновационные подходы к менеджменту креативного продукта;

дать представления о современных методах и инструментах планирования и продвижения креативного продукта;

научить пользоваться различными видами анализа для изучения текущего и потенциального продвижения креативного продукта.

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

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 расширения глубины креативного продукта, технологии расширения ассортиментной линейки креативного продукта, выхода креативного продукта за рамки основной товарной категории, основные инновационные подходы к управлению креативным продуктом

Уметь: использовать современные методы и инструменты планирования и продвижения креативного продукта, пользоваться различными видами анализа для изучения текущего и потенциального продвижения креативного продукта

Владеть: навыками продвижения креативного продукта с использованием традиционных методов коммуникаций с потребителями, навыками продвижения креативного продукта с использованием нестандартной и креативной рекламы и др. коммуникационных инструментов маркетингового комплекса

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. Теоретико-методологическое основание дисциплины | 2 | | | | |
| Тема 1. Менеджерские процессы и уровни управления в креативных индустриях Практическое занятие: Менеджмент и искусство. Модель открытой системы. Формальные и неформальные структуры. | | 2 | 1 | 22 | ГД |
| Тема 2. Сохраняющиеся тренды в управлении инновациями. Практическое занятие: Тренды в менеджменте. Ситуативный подход. | | 2 | 1 | 23 | НИ |
| Раздел 2. Стратегии инноваций в креативных индустриях | | | | | |
| Тема 3. Радикальные смысловые инновации и конкуренция. Практическое занятие: Смыслы и инновационная стратегия. Интерпретирование и реляционные активы. | | 2 | 1 | 20 | НИ |
| Тема 4. Организационный процесс управления инновациями. Стратегическое планирование и принятие решений. Практическое занятие: Гибкая технология производства и кастомизация. Взаимодействие с внешними средами. | | 2 | 1 | 22 | НИ |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО) | | 8 | 4 | 87 | |
| Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен) | | 2,5 | | 6,5 | |
| Всего контактная работа и СР по дисциплине | | 14,5 | 93,5 | | |

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 ключевые элементы разработки креативного продукта, характеризует эффективные стратегии развития креативного продукта указывает основные инновационные подходы к управлению креативным продуктом разрабатывает программу продвижения креативного продукта, используя как традиционные, так и нестандартные методы коммуникаций с потребителями. | Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированное задание Практико-ориентированное задание |

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. Критический, оригинальный подход к материалу. | |
| 4 (хорошо) | Ответ полный, стандартный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. В целом ответ демонстрирует качественные знания, основанные на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. | |
| 3 (удовлетворительно) | Ответ демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов. | |
| 2 (неудовлетворительно) | Очевидны или непонимание заданного вопроса, или неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Обнаруживаются незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины, неумение сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины, многочисленные грубые ошибки. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). | |

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 | Смысловые инновации |
| 2 | Смыслы и язык предметов |
| 3 | Креативность как наделение вещей смыслом |
| 4 | Смыслы и инновационные стратегии |
| 5 | Инновационный портфель |
| 6 | Радикальные смысловые инновации |
| 7 | Интерпретирование. Выдвижение собственных идей |
| 8 | Воркшоп по управлению инновациями |
| 9 | Менеджмент креативного продукта |
| 10 | Креативный продукт |
| 11 | Организационный процесс |
| 12 | Ресурсы и сырьё |
| 13 | Модель открытой системы |
| 14 | Кастомизация |
| 15 | Стратегическое планирование |
| 16 | Оценка сред |

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Раскройте процесс становления организации, приведите примеры изменений ресурсов, процессов и конечных продуктов в ситуации изменений внешней среды (экономика, политика, культура, демография, технологии), локализируйте масштаб организации (регион, город, район). Создайте графическую модель открытой системы - взаимодействия организации с внешней средой.

2. Предложите структуру воркшопа по управлению инновациями (Этапы: идеи, обмен, связи, отбор, воплощение). Разработайте гипотетический продукт. Предложите проект его продвижения.

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

В течении семестра выполняются контрольные работы.

Дается один вопрос и одно практико-ориентированное задание. Время подготовки 30 минут.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

| Автор | Заглавие | Издательство | Год издания | Ссылка |
|--|---|--|-------------|---|
| 6.1.1 Основная учебная литература | | | | |
| Беликова, И. П., Запорожец, Д. В., Чернобай, Н. Б., Ивашова, В. А., Беликовой, И. П. | Инновационный менеджмент на предприятии | Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет | 2020 | http://www.iprbookshop.ru/109378.html |
| Тропынина, Н. Е., Куликова, О. М. | Маркетинг инноваций | Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна | 2020 | http://www.iprbookshop.ru/102923.html |
| Нагимова, Н. И., Фахретдинова, М. А. | «Навыки будущего» – для инновационной экономики: вызовы, проблемы и решения | Ульяновск: Ульяновский государственный педагогический университет имени И.Н. Ульянова | 2020 | http://www.iprbookshop.ru/108530.html |
| 6.1.2 Дополнительная учебная литература | | | | |
| Баранов, В. В., Иванов, И. В. | Инновационное развитие России: возможности и перспективы | Москва: Альпина Паблишер | 2020 | http://www.iprbookshop.ru/96859.html |
| Яшин, С. Н | Анализ эффективности инновационной деятельности | Санкт-Петербург: БХВ-Петербург | 2020 | https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=24855 |
| Туккель И. Л., Сурина А. В., Кутьин Н. Б. | Управление инновационными проектами: учебник | Санкт-Петербург: БХВ-Петербург | 2020 | https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=22651 |
| Серков, Л. Н. | Управление инновационным развитием предприятия | Симферополь: Университет экономики и управления | 2020 | http://www.iprbookshop.ru/101403.html |
| Гребенникова, А. А., Кирилюк, О. Г. | Инновационные технологии в деятельности органов власти | Саратов: Вузовское образование | 2020 | http://www.iprbookshop.ru/88756.html |

| | | | | |
|------------------|---|---|------|---|
| Давыдович, А. Р. | Управление инновационными процессами | Сочи: Сочинский государственный университет | 2020 | http://www.iprbookshop.ru/106595.html |
| Михаил Меняев | Цифровое управление инновационными проектами. Учебное пособие для вузов | Санкт-Петербург: Питер | 2020 | https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=367998 |

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>
Первая полоса. Маркетинг и реклама. Бизнес и инновации. [Электронный ресурс] URL: www.reklamaster.com
Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью [Электронный ресурс] <http://www.akospr.ru/>
Сетевое издание AdIndex.ru [Электронный ресурс] <https://adindex.ru/>
Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus [Электронный ресурс]. URL: <https://www.scopus.com>
Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>
Видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки, показа и монетизации видео YouTube [Электронный ресурс]. URL: <http://youtube.com>
Интегрированный информационный ресурс электронной научной библиотеки «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru>
Индекс креативного капитала PwC [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/creative-capital-index.html>
Комплексные исследования информационного агентства InterMedia [Электронный ресурс]. URL: <https://www.intermedia.ru/content/222>

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 |
|----------------------|---|
| Учебная аудитория | Специализированная мебель, доска |
| Лекционная аудитория | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска |