

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.06**

Бизнес модель креативных индустрий

Учебный план: 2025-2026 54.03.01 ИДК Диз кост и акс ОЗО №1-2-80.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:  
(специальность) 54.03.01 Дизайн

Профиль подготовки: Дизайн костюма и аксессуаров  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очно-заочная

### План учебного процесса

| Семестр<br>(курс для ЗАО) |     | Контактная<br>я работа | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоё<br>мкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |
|---------------------------|-----|------------------------|----------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------------|
|                           |     | Лекции                 |                |                   |                          |                                      |
| 9                         | УП  | 16                     | 67             | 25                | 3                        | Экзамен                              |
|                           | РПД | 16                     | 67             | 25                | 3                        |                                      |
| Итого                     | УП  | 16                     | 67             | 25                | 3                        |                                      |
|                           | РПД | 16                     | 67             | 25                | 3                        |                                      |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утверждённым приказом Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1015

Составитель (и):

доктор экономических наук, Заведующий  
кафедрой

\_\_\_\_\_

Титова Марина Николаевна

От кафедры составителя:  
Заведующий кафедрой менеджмента

\_\_\_\_\_

Титова Марина Николаевна

От выпускающей кафедры:  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Джикия Любовь  
Анатольевна

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать компетенции обучающегося в области освоения теоретических и практических основ бизнес- моделирования для применения при создании собственного бизнеса в креативной сфере и обеспечения его максимальной эффективности на основе существующих и инновационных моделей.

### 1.2 Задачи дисциплины:

- Рассмотреть понятие и структуру бизнес-модели;
- раскрыть процессы и факторы, обуславливающие наиболее перспективные направления развития бизнес-моделирования;
- рассмотреть достижения и мировой опыт моделирования в креативной сфере;
- рассмотреть источники доступа к информации о состоянии факторов, определяющих характер выбираемой модели;
- продемонстрировать владение наработанным опытом в применении существующих бизнес-моделей в сфере креативных индустрий;
- раскрыть подходы к анализу эффективности применения модели;
- и другие

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Проектная графика

Компьютерная графика в дизайне костюма

Инновационные технологии в моде

Информационные технологии в профессиональной сфере

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

|   |  |
|---|--|
| <b>ПК-2 : Способен осуществлять компьютерное моделирование, визуализацию, презентацию модели продукта в сфере дизайна костюма и аксессуаров.</b>  |  |
| <b>Знать:</b> роль и значение бизнес-плана, методологию и процессы развития бизнесидеи; методы определения круга потенциальных потребителей; методы оценки выполнимости, устойчивости и конкурентоспособности бизнес-идеи |  |
| <b>Уметь:</b> переводить модные тенденции в коммерческие концепции дизайна; развивать идеи до бизнес-предложений; представлять (презентовать) идеи, дизайн-предложения, видения и решения различными способами.           |  |
| <b>Владеть:</b> навыками составления бизнес-плана, на основе бизнес модели «Канвас».  |  |

## 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий   | Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контакт<br>ная<br>работа | СР<br>(часы) | Инновац.<br>формы<br>занятий | Форма<br>текущего<br>контроля |
|---|---------------------------|--------------------------|--------------|------------------------------|-------------------------------|
|   |                           | Лек.<br>(часы)           |              |                              |                               |
| Раздел 1. Теоретические основы бизнес-моделирования   | 9                         |                          |              |                              | Д                             |
| Тема 1. Структура и понятие бизнес-модели. Альтернативные подходы к формированию ее структуры. Сравнительные характеристики бизнес-моделей Йоргена Дальберга; Патрика Ван дер Пиля и Остервальдера, А, Пинье, И.. |                           | 2                        | 11           | НИ                           |                               |
| Тема 2. Стратегии использования существующих бизнес -моделей. Аргументы в пользу применения опробованных доказавших свою эффективность моделей. Некоторые из 55 лучших шаблонов моделей по О. Гассману.           |                           | 3                        | 10           | ИЛ                           |                               |
| Раздел 2. Инструменты трендвотчинга и анализа среды в креативных индустриях   |                           |                          |              |                              | Р                             |
| Тема 3. Определение сегментов потребителей. Анализ ключевых ресурсов креативных индустрий, ограничений, драйверов.  |                           | 2                        | 8            | ГД                           |                               |

|  |  |      |      |    |   |
|--|--|------|------|----|---|
| Тема 4. Проведение позиционирования по основным конкурентным преимуществам. Анализ стратегической конкурентной группы.                       |  | 2    | 10   | НИ |   |
| Тема 5. Методы и инструменты трендвотчинга в креативной сфере  |  | 2    | 6    | ГД |   |
| Раздел 3. Применение бизнес-моделирования деятельности в креативной сфере  |  |      |      |    |   |
| Тема 6. Подходы к созданию ценности в креативной сфере. Применение концепции эстетического восприятия и опыта. Анализ источников дохода.     |  | 2    | 10   | АС |   |
| Тема 7. Анализ возможных ресурсов. Планирование затрат. Работа с поставщиками<br>Создание коммуникационных каналов и каналов товародвижения. |  | 1    | 6    | ГД | Д |
| Тема 8. Примеры и опыт успеха бизнес-моделей в креативной сфере. Применение модели "КАНВАС" для планирования стартапа в креативной сфере.    |  | 2    | 6    | НИ |   |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)  |  | 16   | 67   |    |   |
| Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)  |  | 0,5  | 24,5 |    |   |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>  |  | 16,5 | 91,5 |    |   |

#### 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            | <p>Излагает теоретические основы бизнес-моделирования и бизнес-плана, классификацию бизнес-моделей на современных рынках креативных индустрий.</p> <p>Применяет методы и инструменты исследования среды креативных индустрий. Определяет сегменты потребителей, анализирует ключевые ресурсы креативных индустрий, ограничений, драйверов.</p> <p>Применяет существующие модели, в частности бизнес модель «Канвас», для планирования и конкретизации деятельности при составлении бизнес-плана.</p> | <p>Вопросы для устного собеседования</p> <p>Тесты и</p> <p>Практико-ориентированные задания</p> |

##### 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)              | <p>Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный.</p> <p>Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки</p>  |  |
| 3 (удовлетворительно)   | <p>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. Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов.</p> |  |
| 2 (неудовлетворительно) | <p>Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины.</p>  |  |
|                         | <p>Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).</p>  |  |

## 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 9 |  |
| 1         | Понятие, структура бизнес-модели.  |
| 2         | Принципы бизнес-моделирования  |
| 3         | Системное мышление как основа бизнес-моделирования                       |
| 4         | Классификация бизнес-моделей на современных рынках креативных индустрий. |
| 5         | Инновационные бизнес-модели в сфере креативных индустрий.                |
| 6         | Методы и инструменты исследования среды креативных индустрий             |
| 7         | Бенчмаркинг как инструмент анализа конкурентных преимуществ.             |
| 8         | Позиционирование по основным конкурентным преимуществам                  |
| 9         | Трендотчинг в креативной сфере   |
| 10        | Стартап: оптимальное решение; алгоритм улучшения бизнес-модели.          |
| 11        | Особенности моделирования креативной деятельности                        |
| 12        | Преимущества бизнес-модели.  |
| 13        | Концепция ценностного предложения А. Остервальда.                        |
| 14        | Общая характеристика методов генерирования идей                          |
| 15        | Метод мозгового штурма. Синектика  |
| 16        | Морфологический анализ. Метод фокальных объектов                         |
| 17        | Применение «ТРИЗ». Методы и техники визуализации в бизнесе               |
| 18        | Проектирование бизнес-модели   |

|    |   |
|----|---|
| 19 | Структура и конкретизация модели.   |
| 20 | Примеры и опыт успеха бизнес-моделей в креативной сфере.  |
| 21 | Анализ возможных ресурсов и источников формирования доходов.                                    |
| 22 | Подходы к созданию ценности креативного бизнеса.  |
| 23 | Отправная точка для инноваций бизнес-моделей.   |
| 24 | Дизайнерский подход . 5 стадий дизайна (мобилизация, понимание, дизайн, применение, управление) |
| 25 | Преобразование бизнес-моделей. Оптимизация моделей бизнеса.                                     |
| 26 | Типы и формы моделей. Проблемно-ориентированные имитационные модели.                            |
| 27 | Применение имитационных моделей при осуществлении сложных проблем                               |

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Бизнес-модель компании — это:

- а) модель, описывающая денежные потоки компании;
- б) модель, характеризующая взаимоотношения предпринимателя с работниками, деловыми партнерами и покупателями;
- в) модель, описывающая то, как компания зарабатывает деньги, создавая ценность для внешних клиентов и обеспечивая стратегический контроль над цепочками создания стоимости

Основные компоненты бизнес-модели компании:

- а) производственные мощности и ресурсы, структура управления, ассортимент продукции, система сбыта;
- б) капитал, активы и обязательства, система распределения прибыли;
- в) целевая клиентура компании и мотивация ее привлечения, предлагаемые ценности для внешних клиентов и система их создания, финансовая модель бизнеса.

Бизнес-анализ ориентирован на:

- а) обеспечение устойчивого развития компании при помощи управления ее изменениями;
- б) информационную поддержку системы управления операционной деятельностью компании;
- в) обеспечение интересов собственников и инвестиционной привлекательности компании.

Обеспечение условий устойчивого развития экономического субъекта предполагает:

- а) наличие достаточных финансовых ресурсов и финансовую устойчивость экономического субъекта;
- б) сбалансированное выполнение экономических, социальных и экологических требований ключевых стейкхолдеров;

с) высокий уровень конкурентоспособности выпускаемой продукции.

Требования бизнеса характеризуют:

а) требования собственников организации;

б) сформулированные на высшем уровне управления цели, задачи и потребности организации в целом, применительно к конкретным условиям;

с) требования, зафиксированные в учредительном договоре и уставе организации.

Как вы понимаете соотношение бизнес-модели и стратегии компании:

а) бизнес-модель является неотъемлемым элементом стратегии компании;

б) стратегия компании разрабатывается на основе анализа ее бизнес-модели;

с) бизнес-модель компании разрабатывается с целью обеспечения реализации ее принятой стратегии

Степень влияния стейкхолдера на компанию зависит от:

а) организационно-правового статуса стейкхолдера;

б) степени интереса и уровня власти стейкхолдера;

с) финансовых возможностей стейкхолдера

С позиций какой группы стейкхолдеров коммерческой компании наиболее адекватно будет оцениваться эффективность ее бизнес-модели при помощи показателя соотношения темпов прироста экономической добавленной стоимости и темпов прироста активов:

а) с позиций акционеров и инвесторов компании;

б) позиций менеджмента компании;

с) позиций кредиторов и страховщиков компании

Выберите, какой из перечисленных ниже вариантов может не являться ключевым участником бизнес-модели:

а) страховщик;

б) лизингодатель;

в) лизингополучатель;

г) поставщик

Выберите верное определение понятия «цепочка создания ценности»:

а) последовательность действий, формирующих ценность для клиентов;

б) совокупность элементов, с помощью которых осуществляется организация деятельности;

в) описание процесса создания и реализации ценности для потребителя, определяющей стоимость товаров, услуг и работ (ТУР), а

также денежные потоки и стоимость бизнеса;

г) заключение договора между производителем и поставщиком.

Выберите верное определение понятия «бизнес-модель»:

а) описание процесса создания и реализации ценности для потребителя, определяющей стоимость товаров, услуг и работ (ТУР), а

также денежные потоки и стоимость бизнеса;

б) последовательность действий, формирующих ценность для клиентов;

в) совокупность элементов, с помощью которых осуществляется организация деятельности;

г) заключение договора между производителем и поставщиком.

Выберите, какой из перечисленных ниже вариантов относится к контрагентам:

а) банк;

б) бизнес-модель;

в) система управления;

г) цепочка создания ценностей.

Выберите, для какой модели характерна позиция, диаметрально противоположная позиции конкурентов:

а) айкидо;

б) факторинг;

в) лизинг;

г) краудсорсинг.

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Кейс. Модель "Длинный хвост".

Интернет-магазин Amazon, основанный в 1994 г. можно по праву причислить к основоположникам шаблона «Длинный хвост». Согласно некоторым подсчетам, 40% прибыли Amazon поступает от продажи книг, которые не найти в продаже в традиционных книжных магазинах. Для Amazon этот «длинный хвост» нишевых продуктов не только ценный источник дохода, но и важный способ выделиться на фоне обычной книготорговли.

Компании-новаторы

Amazon Store (1995)  
eBay (1995)  
Netflix (1999)  
Apple iPod/iTunes (2003)  
YouTube (2005)  
LEGO (2005)  
Lulu.com (2006)  
Когда и как применять этот шаблон

Если вам приходится конкурировать со многими компаниями по множеству товарных позиций и вы можете удерживать свои издержки на поддержание массовости и дистрибуцию товаров ниже конкурентов, то шаблон “Длинный хвост” открывает перед вами прекрасные перспективы.

Идеально подходит интернет-магазинам и сервисам с предложением какого-либо ценного контента. Для этого шаблона бизнес-модели очень важна качественная система поиска, фильтрации и рекомендаций. Поможет вам и поведенческий анализ, возможно даже с применением ИИ.

Какими шаблонами хорошо дополняется

Массовая кастомизация  
Пользовательский проект  
Аффилирование  
Вопросы для размышления

Получат ли клиенты дополнительную стоимость, если мы будем поставлять им абсолютно все?  
Лучше ли у нас получается управлять массовостью, чем у конкурентов?  
Могут ли наши процессы и ИТ-системы работать с огромным множеством продуктов?  
Можем ли мы справиться с такими внутренними процессами, как покупка, обработка заказа, логистика и

ИТ?

### 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

Экзамен проводится в письменной форме по утвержденным вопросам, билет включает три вопроса.  
Время на подготовку студента - 40 минут.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

| Автор  | Заглавие                              | Издательство       | Год издания | Ссылка  |
|--|---------------------------------------|--------------------|-------------|---|
| <b>6.1.1 Основная учебная литература</b>   |                                       |                    |             |   |
| Лукаш, Е. Н., Чахоян, В. А., Черемных, Ю. Н., Замков, О. О., Вурос, А. Д., Лазарев, И. А., Туманова, Е. А., Шагос, Н. Л., Грачева, М. В., Воркуев, Б. Л., Грачева, М. В., Черемных, Ю. Н., Туманова, Е. А. | Моделирование экономических процессов | Москва: ЮНИТИ-ДАНА | 2017        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/74952.html">http://www.iprbookshop.ru/74952.html</a> |

|  |   |   |      |   |
|--|---|---|------|---|
| Оливер, Гассман, Каролин, Франкенбергер, Микаэла, Шик, Бакушева, Е.                    | Бизнес-модели. 55 лучших шаблонов   | Москва: Альпина Паблишер  | 2018 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/75067.html">http://www.iprbookshop.ru/75067.html</a>   |
| Олейникова, С. А.  | Моделирование   | Воронеж: Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ | 2020 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/111471.html">http://www.iprbookshop.ru/111471.html</a>                                       |
| <b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>   |   |   |      |   |
| Деннис Шервуд, Окунькова И., Нарциссова Н.   | Видеть лес за деревьями. Системный подход для совершенствования бизнес-модели | Москва: Альпина Паблишер  | 2016 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/49290.html">http://www.iprbookshop.ru/49290.html</a>   |
| Назаренко, А. В., Запороец, Д. В., Звягинцева, О. С.                                   | Моделирование бизнес-процессов  | Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет       | 2019 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/109394.html">http://www.iprbookshop.ru/109394.html</a>                                       |
| Чигиринова М. В.   | Трендотчинг и бизнес-моделирование. Контрольная и самостоятельная работа      | Санкт-Петербург: СПбГУПТД   | 2020 | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2020496">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2020496</a> |
| Лыгина, Н. И., Лауферман, О. В.  | Моделирование   | Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет    | 2020 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/98717.html">http://www.iprbookshop.ru/98717.html</a>   |
| Байдаков, А. Н., Звягинцева, О. С., Назаренко, А. В., Запорожец, Д. В., Бабкина, О. Н. | Моделирование бизнес-процессов  | Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет       | 2017 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/76036.html">http://www.iprbookshop.ru/76036.html</a>   |
| Александров, Д. В.   | Моделирование и анализ бизнес-процессов                                       | Саратов: Ай Пи Эр Медиа   | 2017 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/61086.html">http://www.iprbookshop.ru/61086.html</a>   |
| Умнова, Е. Г.  | Моделирование бизнес-процессов с применением нотации BPMN                     | Саратов: Вузовское образование  | 2017 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/67840.html">http://www.iprbookshop.ru/67840.html</a>   |

## 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>  
 Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>  
 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](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/minec/about/systems/infosystems/>

## 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows  
 ПП Project Expert 7 Tutorial  
 СПС КонсультантПлюс

## 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   |