

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.О.12**

Модели креативных индустрий

Учебный план: 2025-2026 54.04.01 ИДК КДиМИ ЗАО №2-3-82.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:  
(специальность) 54.04.01 Дизайн

Профиль подготовки: Креативный дизайн и модная иллюстрация  
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоём- кость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
1	УП	2		34		1	
	РПД	2		34		1	
2	УП		4	59	9	2	Экзамен
	РПД		4	59	9	2	
Итого	УП	2	4	93	9	3	
	РПД	2	4	93	9	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн, утверждённым приказом Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1004

Составитель (и):

доктор экономических наук, Профессор

\_\_\_\_\_

Титова Марина Николаевна

кандидат технических наук, Доцент

\_\_\_\_\_

Чигиринова Марина  
Владимировна

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:

Производственная практика (научно-исследовательская работа)

Дизайн костюма в индустрии моды

Информационные технологии в профессиональной сфере

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен проводить предпроектные дизайнерские исследования в сфере дизайна костюма и модной иллюстрации.					
<b>Знать:</b> характеристики 4P,6P,8P маркетинга, концепцию эстетического восприятия и опыта, ограничения, драйверы, функциональный и нефункциональный спрос, сегменты потребителей, ключевые ресурсы креативных индустрий; сравнительные характеристики бизнес-моделей Йоргена Дальберга; Патрика Ван дер Пиля; Оливера Гассмана, Каролин Франкенбергер, Микаэлы Шик; Марка В.Джонсона, канвы бизнес-модели Александра Остервальдера, и Ива Пинье.					
<b>Уметь:</b> проводить бенчмаркинг конкурентных преимуществ, формировать стратегическую конкурентную группу, проводить позиционирование по основным конкурентным преимуществам, оценивать жизненный цикл товара и спроса, заполнять канву бизнес-модели					
<b>Владеть:</b> навыками определения уровня новизны предлагаемого продукта (товаров, работ, услуг); обоснованного выбора каналов продвижения; планирования структуры расходов, механизма ценообразования, источников и потоков выручки; таргетирования приоритетных видов деятельности и их бюджетирования					

## 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 аспекты, перспективные направления и альтернативные подходы к исследованиям в бизнес-моделировании	1				
Тема 1. Структура и понятие бизнес-модели. Альтернативные подходы к формированию ее структуры. Сравнительные характеристики бизнес-моделей Йоргена Дальберга; Патрика Ван дер Пиля; Оливера Гассмана, Каролин Франкенбергер, Микаэлы Шик; Марка В.		1		26	НИ
Тема 2. Стратегии использования существующих бизнес -моделей. Аргументы в пользу применения опробованных доказавших свою эффективность моделей. 55 лучших шаблонов моделей по О. Гассману.		1		8	ИЛ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		2		34	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			

Раздел 2. Методы и инструменты исследования среды креативных индустрий	2				
Тема 3. Определение сегментов потребителей. Характеристики 4P,6P,8P маркетинга Применение концепции эстетического восприятия и опыта. Анализ ключевых ресурсов креативных индустрий, ограничений, драйверов.			2	18	ГД
Тема 4. Анализ стратегической конкурентной группы. Бенчмаркинг конкурентных преимуществ Проведение позиционирования по основным конкурентным преимуществам,			1	25	НИ
Раздел 3. Проектирование бизнес-модели на основе выбора и развития шаблона					
Тема 5. Подходы к созданию ценности креативного бизнеса. Анализ возможных ресурсов и источников формирования доходов. Структура и конкретизация модели. Примеры и опыт успеха бизнес-моделей в креативной сфере. Создание коммуникационных каналов и каналов товародвижения.			1	16	АС
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)			4	59	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		6,5	
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		8,5		99,5	

#### 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-1	<p>Характеризует структуру и понятие бизнес- модели, альтернативные подходы к формированию ее структуры, сравнительные характеристики бизнес- моделей Йоргена Дальберга; Патрика Ван дер Пиля; Оливера Гассмана, Каролин Франкенбергер, Микаэлы Шик; Марка</p> <p>Применяет методы стратегического анализа окружающей среды бизнеса, бенчмаркинг конкурентных преимуществ, проводит позиционирование по основным конкурентным преимуществам, оценивать жизненный цикл товара и спроса.</p> <p>Строит схему избранной модели, определяет уровень новизны предлагаемого продукта (товаров, работ, услуг); планирует структуру расходов, механизм ценообразования, источники и потоков выручки; .</p>	<p>Вопросы для устного собеседования</p> <p>Тесты</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.</p>	
	<p>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).</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
Курс 2	
1	Понятие, структура бизнес-модели.
2	Принципы бизнес-моделирования
3	Системное мышление как основа бизнес-моделирования
4	Системный анализ и системный подход в решении проблем в сфере креативных индустрий.
5	Классификация бизнес-моделей на современных рынках креативных индустрий.
6	Инновационные бизнес-модели в сфере креативных индустрий.
7	Структурные блоки бизнес-модели
8	Методы и инструменты исследования среды креативных индустрий
9	Бенчмаркинг как инструмент анализа конкурентных преимуществ.
10	Позиционирование по основным конкурентным преимуществам
11	Стартап: применение системного подхода
12	Стартап: оптимальное решение; алгоритм улучшения бизнес-модели.
13	Особенности моделирования креативной деятельности
14	Преимущества бизнес-модели.
15	Бизнес-модель: 55 лучших шаблонов
16	Концепция ценностного предложения А. Остервальда.
17	Сравнительные характеристики бизнес-моделей Йоргена Дальберга; Патрика Ван дер Пилля; Оливера Гассмана, Каролин Франкенбергер, Микаэлы Шик; Марка В.
18	Общая характеристика методов генерирования идей

19	Метод мозгового штурма. Синектика
20	Морфологический анализ. Метод фокальных объектов
21	Применение «ТРИЗ». Методы и техники визуализации в бизнесе
22	Проектирование бизнес-модели
23	Структура и конкретизация модели.
24	Примеры и опыт успеха бизнес-моделей в креативной сфере.
25	Анализ возможных ресурсов и источников формирования доходов.
26	Подходы к созданию ценности креативного бизнеса.
27	Отправная точка для инноваций бизнес-моделей.
28	Дизайнерский подход . 5 стадий дизайна (мобилизация, понимание, дизайн, применение, управление)
29	Преобразование бизнес-моделей. Оптимизация моделей бизнеса.
30	Типы и формы моделей. Проблемно-ориентированные имитационные модели.
31	Применение имитационных моделей при осуществлении сложных проблем

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Бизнес-модель компании — это:

- a) модель, описывающая денежные потоки компании;
- b) модель, характеризующая взаимоотношения предпринимателя с работниками, деловыми партнерами и покупателями;
- c) 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:

- a) производственные мощности и ресурсы, структура управления, ассортимент продукции, система сбыта;
- b) капитал, активы и обязательства, система распределения прибыли;
- c) 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;
- с) 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>
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>
<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>
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>
Чигиринова М. В.	Трендоттинг 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>
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>
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>
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>
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>

## 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