

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР
_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.12

Модели креативных индустрий

Учебный план: 2026-2027 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.	Трудоёмкость, 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:

История и методология дизайна

Информационные технологии в профессиональной сфере

Основы этикета в одежде

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен проводить предпроектные дизайнерские исследования в сфере дизайна костюма и модной иллюстрации.					
Знать: 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.					
Уметь: проводить бенчмаркинг конкурентных преимуществ, формировать стратегическую конкурентную группу, проводить позиционирование по основным конкурентным преимуществам, оценивать жизненный цикл товара и спроса, заполнять канву бизнес-модели					
Владеть: 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 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Теоретические аспекты, перспективные направления и альтернативные подходы к исследованиям в бизнес-моделировании	1				Д
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	
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	
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				Р

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	
Тема 4. Анализ стратегической конкурентной группы. Бенчмаркинг конкурентных преимуществ Проведение позиционирования по основным конкурентным преимуществам,			1	25	
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	P
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)			4	59	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)			2,5	6,5	
Всего контактная работа и СР по дисциплине			8,5	99,5	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-1	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 Применяет методы стратегического анализа окружающей среды бизнеса, бенчмаркинг конкурентных преимуществ, проводит позиционирование по основным конкурентным преимуществам, оценивать жизненный цикл товара и спроса. Строит схему избранной модели, определяет уровень новизны предлагаемого продукта (товаров, работ, услуг); планирует структуру расходов, механизм ценообразования, источники и потоков выручки; .

6.2 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, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки	
3 (удовлетворительно)	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.	
2 (неудовлетворительно)	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. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ 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 Пиля; 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

6.3.2 Типовые тестовые задания

Бизнес-модель компании — это:

- а) модель, описывающая денежные потоки компании;
- б) модель, характеризующая взаимоотношения предпринимателя с работниками, деловыми партнерами и покупателями;
- с) 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;
- с) 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.

6.3.3 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?

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 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»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

☒

Письменная

☐

Компьютерное тестирование

☐

Иная

☐

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Экзамен проводится в письменной форме по утвержденным вопросам, билет включает три вопроса.

Время на подготовку студента - 40 минут.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Назаренко, А. В., Запороец, Д. В., Звягинцева, О. С.	Моделирование бизнес-процессов	Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет	2019	http://www.iprbookshop.ru/109394.html
Оливер, Гассман, Каролин, Франкенбергер, Микаэла, Шик, Бакушева, Е.	Бизнес-модели. 55 лучших шаблонов	Москва: Альпина Паблицер	2018	http://www.iprbookshop.ru/75067.html
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	http://www.iprbookshop.ru/74952.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Байдаков, А. Н., Звягинцева, О. С., Назаренко, А. В., Запорожец, Д. В., Бабкина, О. Н.	Моделирование бизнес-процессов	Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет	2017	http://www.iprbookshop.ru/76036.html
Лыгина, Н. И., Лауферман, О. В.	Моделирование	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет	2020	http://www.iprbookshop.ru/98717.html

Александров, Д. В.	Моделирование и анализ бизнес-процессов	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2017	http://www.iprbookshop.ru/61086.html
Олейникова, С. А.	Моделирование	Воронеж: Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ	2020	http://www.iprbookshop.ru/111471.html
Деннис Шервуд, Окунькова И., Нарциссова Н.	Видеть лес за деревьями. Системный подход для совершенствования бизнес-модели	Москва: Альпина Паблишер	2016	http://www.iprbookshop.ru/49290.html
Умнова, Е. Г.	Моделирование бизнес-процессов с применением нотации BPMN	Саратов: Вузовское образование	2017	http://www.iprbookshop.ru/67840.html
Чигиринова М. В.	Трендвотчинг и бизнес-моделирование. Контрольная и самостоятельная работа	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2020496

7.2 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
 База данных Минэкономразвития РФ «Информационные системы Министерства в сети Интернет» [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/>

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows
 ПП Project Expert 7 Tutorial
 СПС КонсультантПлюс

7.4 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