

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

АНО ВО «Универсальный Университет»

_____ Е.В.Черкес-заде

“ _____ ” _____ 20 ____ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА И
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
по направлению подготовки.

Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы

Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) подготовки:	Менеджмент в креативных индустриях
Квалификация (степень):	Бакалавр
Форма обучения:	Очная
Срок освоения по данной программе:	4 года

Рабочая программа государственной итоговой аттестации по государственному экзамену по направлению подготовки и выполнению и защите выпускной квалификационной работы, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 г. №970

Составители рабочей программы:

Дизайнер образовательных программ Департамента академического качества – Ю.Д. Бодренко

ст. преподаватель Д.В. Ядерная ФГАОУ ВО МГИМО МИД РФ

СОГЛАСОВАНО:

Декан программ высшего образования _____ М.Е.Левин

Руководитель Департамента академического качества _____ А.Н.Селиванов

Оглавление

1. Общие положения	4
2. Место государственной итоговой аттестации в структуре основной профессиональной образовательной программы	4
3. Объем, структура и содержание государственной итоговой аттестации	4
4. Государственный экзамен по направлению подготовки	4
4.1. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену по направлению подготовки	52
4.2. Содержание государственного экзамена, структурированное по разделам (темам).	53
4.3. Фонд оценочных средств для проведения государственного экзамена по направлению подготовки	81
4.4. Описание показателей и критериев оценивания компетенций в ходе проведения государственной итоговой аттестации.	84
4.5. Примерные экзаменационные вопросы к государственному экзамену по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент	86
5. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для подготовки к государственному экзамену по направлению подготовки	104
6. Описание материально-технической базы, обеспечивающей проведение государственной итоговой аттестации	117
7. Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	117
7.1. Перечень результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы	117
7.2. Рекомендации обучающимся по выполнению и защите выпускной квалификационной работы	165
7.3. Примерные темы выпускных квалификационных работ (проектов)	166
7.4. Структура выпускной квалификационной работы	168
7.5. Содержание выпускной квалификационной работы	169
8. Фонд оценочных средств для проведения защиты выпускной квалификационной работы	175
8.1. Паспорт фонда оценочных средств	175
8.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания	177
8.3. Описание шкал оценивания	178
8.4. Типовые задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков в ходе проведения государственной итоговой аттестации	178
9. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для подготовки к защите и защиты выпускной квалификационной работы	179
10. Описание материально-технической базы, обеспечивающей проведение защиты выпускной квалификационной работы	192
11. Иные сведения и (или) материалы	192

1. Общие положения

1.1. Целью государственной итоговой аттестации является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) по направлению подготовки требованиям образовательного стандарта высшего образования МГИМО МИД России и ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

1.2. Видами государственной итоговой аттестации выпускников МГИМО (вуз-партнер АНО ВО «Универсальный Университет») являются:

- государственный экзамен по направлению подготовки;

- защита выпускной квалификационной работы.

1.3. Итоговые аттестационные испытания государственной итоговой аттестации осуществляются в соответствии с Положением о государственной итоговой аттестации выпускников Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации», утвержденным приказом по Университету от 09 июня 2016 года № 403.

2. Место государственной итоговой аттестации в структуре основной профессиональной образовательной программы

Государственная итоговая аттестация проводится на 4 курсе в 8 семестре *(в соответствии с учебным планом)* по итогам освоения ОПОП.

3. Объем, структура и содержание государственной итоговой аттестации

Общая трудоемкость (объем) государственной итоговой аттестации по государственному экзамену по направлению подготовки и защите выпускной квалификационной работы составляет 9 зачетных единиц (ЗЕ), 378 академических часов.

4. Государственный экзамен по направлению подготовки

Перечень результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

В результате освоения основной профессиональной образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения:

Коды компетенций	Содержание компетенций	Индикаторы достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	ИУК-1.1. Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результаты анализа поставленной задачи.	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основ системного подхода (основные принципы, положения, аспекты и т.д.) как общенаучного метода <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -осуществлять анализ учебной междисциплинарной задачи и (или) учебно-профессиональной (квазипрофессиональной) задачи, используя основы системного подхода (умеет выделить базовые составляющие (элементы), связи, функции и т.д.) <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способен анализировать поставленную задачу через разложение ее на составные элементы.
		ИУК-1.2. Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации.	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - критериев сопоставления алгоритмов (методов) решения различных (освоенных или близких к ним по содержанию) классов задач. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -актуализировать знания, умения и опыт, приобретенные в ходе освоения нескольких модулей, для поиска решения поставленной задачи; - находить информацию, необходимую для решения поставленной задачи, используя различные источники информации; <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> -способен осуществлять анализ собранной информации на

			соответствие ее условиям и критериям решения поставленной задачи
		ИУК-1.3. Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор.	<p>Знания:</p> <p>-значимых факторов в процессе достижения цели, формулирует проблемные вопросы и определяет способы их решения</p> <p>Умения:</p> <p>- Умеет расставить приоритеты между индикаторами (показателями) достижения цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений.</p> <p>-Умеет представить стратегию как алгоритм осуществления деятельности (т.е. в виде последовательности шагов), проектируя ожидаемый результат каждого его шага.</p> <p>Навыки:</p> <p>Способность оценить влияние принимаемого решения на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности</p>
УК-2.	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1. Понимает базовые принципы постановки задач и выработки решений.	<p>Знания:</p> <p>Знает методологические основы и базовые принципы постановки задач при управлении проектами.</p> <p>Умения:</p> <p>Умеет разработать концепцию проекта в рамках обозначенной профессиональной проблемы</p> <p>Навыки:</p> <p>Умеет документально представить концепцию проекта в</p>

			соответствии с принятыми стандартами
		ИУК-2.2. Выбирает оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	<p>Знания: Знает сущность и технологии осуществления этапа планирования проекта в своей профессиональной сфере</p> <p>Умения: Умеет реализовать этап планирования проекта в своей профессиональной сфере</p> <p>Навыки: Способен документально оформить результаты этапа планирования проекта</p>
УК-3.	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций.	<p>Знания: -Знать суть понятия «социальное взаимодействие»</p> <p>Умения: Уметь выработать стратегию сотрудничества при планировании и организации работы команды для достижения поставленной цели</p> <p>Навыки: Способность использовать стратегию сотрудничества при руководстве работой команды для достижения поставленной цели</p>
		ИУК-3.2. Применяет методы командного взаимодействия	<p>Знания: -групповой динамики, принципов командной работы, стилей лидерства.</p> <p>Умения: -Уметь демонстрировать понимание норм и правил деятельности группы/команды, действовать в соответствии с ними</p> <p>Навыки:</p>

			<p>Демонстрировать адекватную реакцию на позитивные и критические отзывы коллег, учет в своей социальной и профессиональной деятельности интересов, особенностей поведения и мнений людей, с которыми работает/взаимодействует, в том числе посредством корректировки своих действий</p>
УК-4.	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	ИУК-4.1. Выбирает на государственном языке РФ и иностранном(-ых) языках коммуникативно приемлемый стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами.	<p>Знания:</p> <p>-Знает суть содержания понятий «деловая коммуникация», «вербальные средства и невербальные средства делового общения», «социокультурный контекст делового общения».</p> <p>Умения:</p> <p>- умеет выбирать на иностранном языке необходимые вербальные и невербальные средства общения для решения стандартных задач делового общения</p> <p>Навыки:</p> <p>Демонстрирует этически корректное поведение на иностранном языке при взаимодействии с работодателем в бизнес-сфере, написании бизнес-предложений, выступлении с бизнес-презентациями (информативного характера), сопряженных со сферой подготовки</p>
		ИУК-4.2. Ведет деловую переписку на государственном языке РФ и иностранном(-ых) языках.	<p>Знания:</p> <p>- Знает суть понятий «жанр письменной коммуникации» и типы жанров</p>

		<p>письменной коммуникации в деловой коммуникации</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вести деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на иностранном языке. <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> -воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную информацию на иностранном языке. 	
	<p>ИУК-4.3. Использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> -сути содержания понятий «невербальная коммуникация», «официальная / неофициальная ситуация общения», «жанр устной коммуникации». <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -коммуникативно и культурно приемлемо вести устные телефонные разговоры на иностранном языке. <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способен налаживать диалогическое общение с сокурсниками, преподавателями, потенциальными работодателями (внимательно и активно слушая других, задавая при необходимости уточняющие вопросы, рассуждая о чем-либо, не провоцируя «защитную реакцию» у других, сдержанно выражая свои мысли и чувства, выражаясь точно и ясно, 	

			используя ясный и непротиворечивый язык жестов)
		ИУК-4.4. Умеет выполнять перевод профессиональных текстов с иностранным(-ых) на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный(-ые).	<p>Знания: Знает способы перевода с диалогической и монологической на речи на русский язык; понимает принципы грамматических и лексических трансформаций для сохранения семантической и стилистической адекватности переводимых текстов.</p> <p>Умения: Понимает учебные и аутентичные тексты информационного и описательного характера на английском языке по проблемам предметного содержания курса.</p> <p>Навыки: Владеет навыками устного и письменного перевода, может грамотно подбирать лексический, грамматический и прагматический эквивалент при переводе высказывания и текстового сообщения на русский и на английский языки</p>
УК-5.	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческо м, этическом и философском контекстах	ИУК-5.1. Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах.	<p>Знания: - Знать причины появления социальных обычаев и различий в поведении людей - характер влияния культурных различий на систему управления организациями в разных странах мира; - базовые стратегии урегулирования кросс-культурных конфликтов</p> <p>Умения: - Уметь находить необходимую для саморазвития и</p>

		<p>взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять, каким образом параметры национальной культуры влияют на систему управления организациями; - определять стадию эмоционального напряжения при возникновении кросс-культурного конфликта <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способен адекватно объяснить особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения в процессе взаимодействия с ними 	
	<p>ИУК-5.2. Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - информации о культурных особенностях и традициях различных социальных групп <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать знания о культурном многообразии для расширения своего кругозора и саморазвития. <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> Уметь создавать и поддерживать недискриминационную среду взаимодействия при выполнении командной работы 	
	<p>ИУК-5.3</p> <p>Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в области социальных и культурных различий - принципы уважительного и бережного отношения к историческому 	

	<p>наследию и культурным традициям</p>	<p>наследию и культурным традициям</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - толерантно воспринимать социальные и культурные различия, бережно и уважительно относиться к историческому наследию и культурным традициям <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - демонстрации толерантного восприятия социальных и культурных различий, уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям 	
	<p>ИУК-5.4 Находит и использует необходимую для саморазвития взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - о культурных особенностях и традициях различных социальных групп <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - находить необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использования необходимой для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информации о культурных особенностях и традициях различных социальных групп 	
	<p>ИУК-5.5 Проявляет в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - об историческом наследии и социокультурных традициях различных социальных групп 	

		<p>различных социальных групп, опирающиеся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира</p>	<p>- этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира</p> <p>Умения:</p> <p>- уважительно относиться к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающиеся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира</p> <p>Навыки:</p> <p>-проявления в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающиеся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира</p>
		<p>ИУК-5.6 Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера</p>	<p>Знания:</p> <p>- в области гражданской позиции и ценностных ориентиров</p> <p>Умения:</p> <p>- выбирать ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждать и решать проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера</p> <p>Навыки:</p> <p>- сознательного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции; аргументированного обсуждения и решения проблем</p>

			мировоззренческого, общественного и личностного характера
УК-6.	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	ИУК-6.1. Адекватно оценивает временные ресурсы и ограничения и эффективно использует эти ресурсы.	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - эффективности использования времени при решении поставленных задач. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать и корректировать планы личного и профессионального развития с учетом имеющихся ресурсов <p>Навыки:</p> <p>Владеть способами самоопределения в ситуациях выбора на основе собственного опыта (позиции) и с учетом имеющихся ресурсов</p>
		ИУК-6.2. Выстраивает и реализует персональную траекторию непрерывного образования и саморазвития на его основе.	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - содержание принципов самоорганизации и саморазвития, их особенности - основные переменные, влияющие на поведение индивида (в том числе индивидуальная система ценностей, самооценка, локус контроля); - особенности и отличительные признаки поведенческого проявления разных типов личности <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - управлять собой и своими ресурсами, анализировать и организовывать деятельность - анализировать свою индивидуальную систему ценностей, уровень самооценки, тип личности - адекватно оценивать окружающую обстановку и на

			<p>основании самомониторинга выбирать наиболее полно соответствующую ей линию поведения</p> <p>Навыки: - Уметь анализировать и творчески использовать имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития</p>
УК-7.	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной профессиональной деятельности	ИУК-7.1. Рассматривает нормы здорового образа жизни как основу для полноценной социальной профессиональной идеальности.	<p>Знания: - знать определение и составляющие компоненты здорового образа жизни, способов и определения личного уровня физического развития.</p> <p>Умения: - соблюдать нормы здорового образа жизни, использовать средства физической культуры для оптимизации работоспособности и укрепления здоровья</p> <p>Навыки: - владеет основами методики самостоятельных занятий и самоконтроля за состоянием своего организма, способен формировать личную физическую подготовку исходя из личных возможностей.</p>
		ИУК-7.2. Выбирает и использует здоровьесберегающие приемы физической культуры для укрепления организма в целях осуществления полноценной профессиональной и другой деятельности.	<p>Знания: - особенности использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности и укрепления здоровья.</p> <p>Умения: - применять приемы определения личного уровня сформированности показателей</p>

			<p>физического развития и физической подготовленности.</p> <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать здоровье-сберегающие технологии с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности.
УК-8	<p>Способен создавать и поддерживать повседневной жизни и профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</p>	<p>ИУК-8.1. Применяет теоретические и практические знания и навыки для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности в бытовой и профессиональной сферах.</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - факторы безопасного и ответственного поведения, их роль в жизни человека; - основы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и применения современных средств поражения, основные меры по ликвидации их последствий; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - уметь оценивать степень вредности и опасности различных условий жизнедеятельности, в том числе в условиях профессиональной деятельности и при возникновении чрезвычайных ситуаций <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - владеть навыками поддержания безопасных условий жизнедеятельности; - навыками организации действий по оказанию квалифицированной помощи в условиях чрезвычайной ситуации
		<p>ИУК-8.2. Осуществляет оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе угрозе и возникновении военных</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основ предотвращения чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных

		<p>при угрозе и возникновении военных конфликтов.</p>	<p>конфликтов в креативных индустриях.</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оперативно сформировать план действий в целях предотвращения чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов в креативных индустриях. <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способен выполнять план действий для предотвращения чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов в креативных индустриях.
		<p>ИУК-8.3. Принимает в своей деятельности основные цели устойчивого развития общества.</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основных целей, задач и принципов устойчивого развития общества. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовать процесс обслуживания потребителей с учетом целей устойчивого развития общества на основе действующих стандартов креативной индустрии. <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способен организовывать и осуществлять процесс обслуживания потребителей в сфере креативных индустрий в соответствии с действующими стандартами с учетом целей устойчивого развития общества
<p>УК-9</p>	<p>Способен использовать базовые</p>	<p>ИУК-9.1. Осознает значимость и проблемы</p>	<p>Знания:</p>

	<p>дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах</p>	<p>профессиональной и социальной адаптации лиц с ограниченными возможностями</p>	<p>- базовые дефектологические в социальной и профессиональной сферах</p> <p>Умения:</p> <p>- осознавать значимость и проблемы профессиональной и социальной адаптации лиц с ограниченными возможностями</p> <p>Навыки:</p> <p>-</p>
		<p>ИУК-9.2. Содействует успешной профессиональной и социальной адаптации лиц с ограниченными возможностями</p>	<p>Знания:</p> <p>- социальной адаптации лиц с ограниченными возможностями</p> <p>Умения:</p> <p>- содействовать успешной профессиональной и социальной адаптации лиц с ограниченными возможностями</p> <p>Навыки:</p> <p>- содействовать успешной профессиональной и социальной адаптации лиц с ограниченными возможностями в сфере креативных индустрий</p> <p>- Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах</p>
<p>УК-10</p>	<p>Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>ИУК-10.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.</p>	<p>Знания:</p> <p>Ключевые термины, понятия, базовые принципы функционирования креативной экономики</p> <p>Умения:</p> <p>определять влияние макроэкономических показателей на состояние креативной индустрии</p> <p>Навыки:</p> <p>владеть приемами и методами обоснования</p>

			экономических решений в сфере креативных индустрий с учетом влияния механизмов государственного регулирования
		ИУК-10.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей.	<p>Знания: основные принципы, приемы и методы планирования и прогнозирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей;</p> <p>Умения: использовать приемы и методы бюджетирования и делать выводы на базе полученных результатов;</p> <p>Навыки: применения инструментов экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей</p>
		ИУК-10.3. Использует финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски.	<p>Знания: общие принципы применения инструментов управления личными финансами в сфере креативных индустрий</p> <p>Умения: контролировать экономические и финансовые риски при организации и ведении бизнеса в сфере креативных индустрий</p> <p>Навыки: принятия экономических решений в сфере креативных индустрий, используя инструменты экономического и финансового управления личными финансами для достижения поставленных целей</p>
УК-11	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям	УК-11.1. Реализует гражданские права и осознанно участвует в жизни общества, противодействует	<p>Знания: права и обязанности человека и гражданина, основы</p>

	<p>экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности</p>	<p>проявлениям экстремизма, терроризма и коррупционного поведения</p>	<p>законодательства РФ и правового поведения.</p> <p>Умения:</p> <p>давать оценку событиям и ситуациям, оказывающим влияние на политику и общество; выстраивать свою жизненную позицию, основанную на гражданских ценностях и социальной ответственности; правильно толковать и применять специфические нормы и правила в процессе осуществления профессиональной деятельности.</p> <p>Навыки:</p> <p>конструктивного разрешения проблемных ситуаций, связанных с нарушением гражданских прав, применением манипулятивных технологий формирования ложных и антиправовых действий</p>
		<p>ИУК-11.2. Следует базовым этическим ценностям, демонстрируя нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению</p>	<p>Знания:</p> <p>базовые этические ценности и способен формировать личностную позицию по основным вопросам гражданско-этического характера; действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией; негативные последствия, наступающие в случае привлечения к ответственности за коррупционные правонарушения.</p> <p>Умения:</p> <p>давать правовую и этическую оценку ситуациям, связанным с коррупционным поведением;</p> <p>Навыки:</p>

			<p>навыками профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней; разграничения коррупционных и схожих некоррупционных явлений в различных сферах жизни общества.</p>
Общепрофессиональные компетенции			
ОПК-1.	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	<p>ИОПК-1.1. Понимает термины, основные понятия, подходы, модели экономической, организационной и управленческой теорий в контексте решения задач управленческой деятельности</p>	<p>Знания: термины, основные понятия, подходы, модели экономической, организационной и управленческой теорий в контексте решения задач управленческой деятельности в сфере креативных индустрий</p> <p>Умения: - искать, обрабатывать и анализировать модели экономической, организационной и управленческой теорий в контексте решения задач управленческой деятельности в сфере креативных индустрий</p> <p>Навыки: - владеть навыками осуществления поиска, анализа модели экономической, организационной и управленческой теорий в контексте решения задач управленческой деятельности в сфере креативных индустрий</p>
		<p>ИОПК-1.2. Демонстрирует корректную постановку профессиональных задач, используя категориальный аппарат</p>	<p>Знания: - терминологию, основные понятия, категориальный аппарат экономической, организационной</p>

		<p>экономической, организационной и управленческой теории</p>	<p>и управленческой теории (на и промежуточном уровне);</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять и уточнять цели и данные в сфере креативных индустрий; - выявлять и формулировать задачи в сфере креативных индустрий <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - терминологией экономической, организационной и управленческой теории
		<p>ИОПК-1.3. Применяет инструментарий экономико-математического моделирования для постановки и решения типовых задач выявления причинно-следственных связей и оптимизации деятельности объекта управления</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - инструментарий экономико-математического моделирования для постановки и решения типовых задач выявления причинно-следственных связей и оптимизации деятельности объекта управления в сфере креативных индустрий <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять инструментарий экономико-математического моделирования для постановки и решения типовых задач выявления причинно-следственных связей и оптимизации деятельности объекта управления в сфере креативных индустрий <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать инструментарий экономико-математического моделирования для постановки и решения типовых задач

			<p>выявления причинно-следственных связей и оптимизации деятельности объекта управления в сфере креативных индустрий</p>
ОПК-2.	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	ИПОК-2.1.	<p>Знания:</p> <p>-принципы поиска, анализа литературы, нормативных и правовых документов для решения управленческих задач в сфере креативных индустрий</p> <p>Умения:</p> <p>- использует поиск и корректно осуществляет анализ литературы, нормативных и правовых документов для решения управленческих задач в сфере креативных индустрий</p> <p>Навыки:</p> <p>-разработки управленческих решений и использования их в сфере креативных индустрий</p>
		ИОПК-2.2. Применяет	<p>Знания:</p> <p>- методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современных цифровых технологий, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными</p> <p>Умения:</p> <p>-применять методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современных цифровых</p>

			<p>технологий применительно к сфере креативных индустрий;</p> <p>- воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными применительно к сфере креативных индустрий</p> <p>Навыки:</p> <p>- способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем применительно к сфере креативных индустрий</p>
ОПК-3.	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	ИОПК-3.1. Обосновывает результаты решения стратегических и оперативных управленческих задач как в целом на уровне организации и ее подразделений, так и в отдельных функциональных областях менеджмента	<p>Знания:</p> <p>- текущие процессы, происходящие в мировой и отечественной экономической среде;</p> <p>Умения:</p> <p>- обосновывать результаты решения организационно-управленческих задач,</p> <p>- выявлять степень соответствия решений поставленным целям;</p> <p>Навыки:</p> <p>- основными методами и инструментами анализа текущих процессов, происходящих в бизнес среде</p>

		<p align="center">ИОПК-3.2.</p> <p>Производит оценку результатов анализа и оптимизации бизнес-процессов</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы оптимизации бизнес-процессов <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять оценку результатов анализа и оптимизации бизнес-процессов <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценки результатов анализа и оптимизации бизнес-процессов в сфере креативных индустрий
		<p align="center">ИОПК-3.3.</p> <p>Осуществляет оценку ожидаемых результатов и последствий организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости и реализации в условиях сложной и динамической среды</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методики, стандарты, типичные форматы для бизнес-планов <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать и оценивать влияние текущих процессов, происходящих в мировой и отечественной бизнес-среде, при подготовке организационно-управленческих решений в сфере креативных индустрий <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять оценку ожидаемых результатов и последствий организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости и реализации в условиях сложной и динамической среды в сфере креативных индустрий
<p align="center">ОПК-4.</p>	<p align="center">Способен</p> <p>выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать</p>	<p align="center">ИОПК-4.1. Применяет</p> <p>основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации, выявляет и</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации <p>Умения:</p>

	<p>бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности организаций</p>	<p>оценивает возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций</p>	<p>- применять основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации в сфере креативных индустрий</p> <p>- выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций в сфере креативных индустрий</p> <p>Навыки:</p> <p>- готовности действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения</p>
		<p>ИОПК-4.2. Осуществляет разработку бизнес-планов проектов развития новых направлений деятельности и организаций</p>	<p>Знания:</p> <p>- по разработке бизнес-планов</p> <p>- новые направления деятельности и организаций в сфере креативных индустрий</p> <p>Умения:</p> <p>- осуществлять разработку бизнес-планов проектов, развивать новые направления деятельности и организаций в сфере креативных индустрий</p> <p>Навыки:</p> <p>- разрабатывать бизнес-план проектов, развивать новые направления деятельности и организаций в сфере креативных индустрий</p>
		<p>ИОПК-4.3. Оценивает экономическую эффективность принимаемых управленческих решений на основе знания методов финансового и инвестиционного анализа</p>	<p>Знания:</p> <p>- методов финансового и инвестиционного анализа</p> <p>Умения:</p> <p>- оценивать экономическую эффективность</p>

			<p>принимаемых управленческих решений на основе знания методов финансового и инвестиционного анализа</p> <p>Навыки:</p> <p>- оценивания экономической эффективности принимаемых управленческих решений на основе знания методов финансового и инвестиционного анализа в сфере креативных индустрий</p>
ОПК-5.	<p>Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ</p>	<p>ИОПК-5.1. Понимает основные принципы работы с данными, применяет современный инструментарий анализа данных на базовом уровне, в т.ч. с использованием программирования, алгоритмизации и математических методов при решении задач анализа данных</p>	<p>Знания:</p> <p>- инструментарий анализа данных на базовом уровне в т.ч. с использованием программирования, алгоритмизации и математических методов при решении задач анализа данных</p> <p>- основные принципы работы с данными</p> <p>Умения:</p> <p>- понимать основные принципы работы с данными</p> <p>- применять современный инструментарий анализа данных на базовом уровне, в т.ч. с использованием программирования, алгоритмизации и математических методов при решении задач анализа данных</p> <p>Навыки:</p> <p>- работать с современным инструментарием анализа данных на базовом уровне, в т.ч. с использованием программирования, алгоритмизации и математических методов при</p>

			решении задач анализа данных в сфере креативных индустрий
		<p>ИОПК-5.2. Оценивает возможности и целесообразность использования цифровых технологий в деятельности организации, использует современные цифровые технологии и программные продукты для решения профессиональных задач</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные цифровые технологии - программные продукты <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -оценивать возможности и целесообразность использования цифровых технологий в сфере креативных индустрий - использовать современные цифровые технологии и программные продукты для решения профессиональных задач <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> -оценивать возможности и целесообразность использования цифровых технологий в сфере креативных индустрий - использовать современные цифровые технологии и программные продукты для решения профессиональных задач
		<p>ИОПК-5.3. Понимает особенности технологий 4-й промышленной революции и возможности их использования при проектировании бизнес-моделей организаций</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологии 4-й промышленной революции <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимает особенности технологий 4-й промышленной революции и возможности их использования при проектировании бизнес-моделей организаций <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использования технологий 4-й промышленной

			революции при проектировании бизнес-моделей в сфере креативных индустрий
ОПК-6.	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИОПК-6.1.	<p>Ориентируется в современных информационных технологиях, используемых в менеджменте</p> <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современных информационных технологий, используемых в менеджменте <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в современных информационных технологиях, используемых в менеджменте <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять современные информационные технологии, используемые в менеджменте в сфере креативных индустрий
		ИОПК-6.2.	<p>Демонстрирует готовность решать профессиональные задачи с использованием современных информационных технологий и программных средств</p> <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные информационные технологии и программные средства <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - демонстрировать готовность решать профессиональные задачи с использованием современных информационных технологий и программных средств <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - решения профессиональных задач с использованием современных информационных технологий и программных средств в сфере креативных индустрий
		ИОПК-6.3.	<p>Использует информационные технологии для анализа информации в контексте решения профессиональных задач</p> <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - информационных технологий для анализа информации в контексте решения профессиональных задач <p>Умения:</p>

			<p>- использовать информационные технологии для анализа информации в контексте решения профессиональных задач</p> <p>Навыки:</p> <p>- решать профессиональные задачи в сфере креативных индустрий с использованием информационных технологий для анализа информации</p>
Цифровые компетенции			
ЦК-1	Способен самостоятельно совершенствовать информационную грамотность профессиональной деятельности	ИЦК-1.1. Способен осуществлять поиск, анализ, интерпретацию и управление информацией в цифровой среде	<p>Знания:</p> <p>- как пользоваться поиском, анализом, интерпретацией и управлением информацией в цифровой среде</p> <p>Умения:</p> <p>- осуществлять поиск, анализ, интерпретацию и управление информацией в цифровой среде</p> <p>Навыки:</p> <p>- способен осуществлять поиск, анализ, интерпретацию и управление информацией в цифровой среде в сфере креативных индустрий</p>
		ИЦК-1.2. Умеет целенаправленно пользоваться интернетом, облачными хранилищами, структурировать, презентовать и обобщать информацию	<p>Знания:</p> <p>- интернета, облачных хранилищ</p> <p>- методы обобщения информации</p> <p>Умения:</p> <p>- целенаправленно пользоваться интернетом, облачными хранилищами</p> <p>- структурировать, презентовать и обобщать информацию</p> <p>Навыки:</p>

			<ul style="list-style-type: none"> - пользования интернетом, облачными хранилищами - структурирования, презентации и обобщения информации
		ИЦК-1.3. Владеет современным программным обеспечением для работы с текстовыми и табличными данными	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современное программное обеспечение <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - пользоваться современным программным обеспечением для работы с текстовыми и табличными данными <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современным программным обеспечением для работы с текстовыми и табличными данными в сфере креативных индустрий
		ИЦК-1.4. Знает этику, нормы общения, информационную гигиену и основы правового регулирования в цифровой среде	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - этики, норм общения, информационной гигиены, основы правового регулирования в цифровой среде <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять знания в области этики, норм общения, информационной гигиены, основы правового регулирования в цифровой среде <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать знания в области этики, норм общения, информационной гигиены, основы правового регулирования в цифровой среде в сфере креативных индустрий
		ИЦК-1.5. Способен противостоять	<p>Знания:</p>

		манипулированию информацией	<ul style="list-style-type: none"> - принципы манипулирования информацией - методы противостояния манипулированию информацией <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - противостоять манипулированию информацией <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способен противостоять манипулированию информацией
ЦК-2	Способен обеспечить информационную безопасность и правовое регулирование информационных систем профессиональной деятельности	ИЦК-2.1. Выбирает оптимальный формат, способ и место безопасного хранения информации с использованием современных информационных технологий	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - о безопасном хранении информации с использованием современных информационных технологий <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать оптимальный формат, способ и место безопасного хранения информации с использованием современных информационных технологий <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использования оптимального формата, способа и места безопасного хранения информации с использованием современных информационных технологий в сфере креативных индустрий
		ИЦК-2.2. Обеспечивает целостность и конфиденциальность информации в цифровом виде	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - как обеспечить целостность и конфиденциальность информации в цифровом виде <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обеспечивать целостность и конфиденциальность информации в цифровом виде <p>Навыки:</p>

			<p>- обеспечения целостности и конфиденциальности информации в цифровом виде в сфере креативных индустрий</p>
		<p>ИЦК-2.3. Умеет находить требуемую информацию в инфокоммуникационных сетях и оценивать её достоверность</p>	<p>Знания:</p> <p>- современного программного обеспечения для работы с текстовыми и табличными данными</p> <p>Умения:</p> <p>- находить требуемую информацию в инфокоммуникационных сетях и оценивать её достоверность</p> <p>Навыки:</p> <p>- находить требуемую информацию в инфокоммуникационных сетях и оценивать её достоверность в сфере креативных индустрий</p>
		<p>ИЦК-2.4. Идентифицирует различные виды угроз в инфокоммуникационных сетях и компьютерных системах</p>	<p>Знания:</p> <p>- различные виды угроз в инфокоммуникационных сетях и компьютерных системах</p> <p>Умения:</p> <p>- идентифицировать различные виды угроз в инфокоммуникационных сетях и компьютерных системах</p> <p>Навыки:</p> <p>- идентификации различных видов угроз в инфокоммуникационных сетях и компьютерных системах в сфере креативных индустрий</p>
		<p>ИЦК-2.5. Знает основные международные и российские нормативно-правовые акты,</p>	<p>Знания:</p> <p>- основные международные и российские нормативно-правовые акты,</p>

		<p>нормативно-методические документы, стандарты и протоколы в области информационной безопасности и защиты информации</p>	<p>нормативно-методические документы, стандарты и протоколы в области информационной безопасности и защиты информации</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать основные международные и российские нормативно-правовые акты, нормативно-методические документы, стандарты и протоколы в области информационной безопасности и защиты информации <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применения основных международных и российских нормативно-правовых актов, нормативно-методических документов, стандартов и протоколов в области информационной безопасности и защиты информации в сфере креативных индустрий
ЦК-3	Способен применять цифровые коммуникации профессиональной деятельности	ИЦК-3.1. Взаимодействует посредством различных информационно-коммуникационных технологий	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - различные информационно-коммуникационные технологии <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - взаимодействовать посредством различных информационно-коммуникационных технологий <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - взаимодействия посредством различных информационно-коммуникационных технологий в сфере креативных индустрий
		ИЦК-3.2. Умеет обмениваться данными, информацией и цифровым	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современных информационных технологий

		отношений; анализировать влияние сложившейся международной ситуации на внешнюю политику России	<p>Умения:</p> <p>-применять общенаучные и частно-научные методы в анализе международной ситуации и ее влияния на внешнюю политику России</p> <p>Навыки:</p> <p>-применение конкретных методов международных исследований (контент-анализ, ивент- анализ, когнитивное картирование, моделирование и прогнозирование)</p>
ДОПК-2.	Способен ориентироваться в ключевые концепции, основных современных тенденциях развития мировой политики, экономики, понимать их перспективы и возможные последствия для России, других государств и мира в целом	ИДОПК-2.1 Знает	<p>знания:</p> <p>ключевые концепции, основные понятия, структуру и составляющие мировой политики и экономики;</p> <p>Умения:</p> <p>-оперировать ключевыми понятиями мировой политики и экономики</p> <p>Навыки: -применяет ключевые концепции, основные понятия, составляющие структуру и мировой политики и экономики</p>
		ИДОПК-2.2 Умеет	<p>Знания:</p> <p>-методы оценки и анализа влияния мировых политических и экономических процессов на внешнюю и внутреннюю политику России</p> <p>Умения:</p> <p>-анализировать и оценивать влияние мировых политических и экономических процессов на внешнюю и внутреннюю политику России</p> <p>Навыки:</p> <p>- способен анализировать и оценивать влияние мировых политических и экономических</p>

			<p>процессов на внешнюю и внутреннюю политику России</p> <p>ИДОПК-2.3 Владеет методами анализа влияния мировых политических и экономических процессов на внешнюю и внутреннюю политику России;</p>	<p>Знания: -методы политического анализа для международных исследований (ивент-анализ, контент-анализ, факторный анализ и т.д.)</p> <p>Умения: -применять на практике методы политического анализа для международных исследований (ивент -анализ, контент-анализ, факторный анализ и т.д.)</p> <p>Навыки: -владеет методами анализа влияния мировых политических и экономических процессов на внешнюю и внутреннюю политику России</p>
ДОПК-3.	Способен ориентироваться в основных направлениях внешней политики России и ведущих зарубежных государств	ИДОПК-3.1 Знает теоретические основы понятия «внешняя политика»; сущность, субъекты, средства, функции и методы внешней политики; основные положения концепций внешней политики России и ведущих зарубежных государств;	<p>Знания: - методологические основания социально-политического исследования, основные методы сбора и анализа политологической информации; -знает сравнительный подход в политических исследованиях;</p> <p>Умения: -производить, отбирать, обрабатывать и анализировать данные о социально-политических процессах и социально-политических общностях в России и зарубежных государствах.</p> <p>Навыки: -владеет основами интерпретации общественно</p>	

			значимой политической информации в области внешней политики
		ИДОПК-3.2 Умеет использовать теоретические знания для изучения и анализа внешней политики России и ведущих зарубежных государств;	<p>Знания:</p> <p>-основных направлений внешней политики России и ведущих зарубежных государств;</p> <p>Умения:</p> <p>- анализировать основные направления внешней политики России и ведущих зарубежных государств;</p> <p>-понимать внешнеполитическую деятельность России и ведущих зарубежных государств;</p> <p>Навыки:</p> <p>-владеет способностью оценки и сопоставления внешней политики России и других государств по основным направлениям</p>
		ИДОПК-3.3 Владеет навыками прикладного и компаративного анализа внешней политики России и ведущих зарубежных государств;	<p>Знания:</p> <p>-знает методологические основания социально-политического исследования, основные методы сбора и анализа политологической информации;</p> <p>-знает сравнительный подход в политических исследованиях;</p> <p>Умения:</p> <p>-производить, отбирать, обрабатывать и анализировать данные о социально-политических процессах и социально-политических общностях в России и зарубежных государствах.</p> <p>Навыки:</p>

			-владеет основами интерпретации общественно значимой политической информации в области внешней политики
ДОПК-4.	Способен ориентироваться в экономической политике национальных экономик, знать социально-экономические модели стран мира	<p>ИДОПК-4.1 Знает предпосылки становления основных социально-экономических моделей стран мира; особенности национальных экономик;</p> <p>ИДОПК-4.2 Умеет анализировать и выявлять сильные и слабые стороны основных социально-экономических моделей стран мира;</p> <p>ИДОПК-4.3 Владеет логикой и инструментарием анализа социально-экономических моделей с целью определения основных направлений экономической политики той или иной страны мира</p>	<p>Знания: -предпосылки становления основных социально-экономических моделей стран мира; особенности национальных экономик</p> <p>Умения: -анализировать и выявлять сильные и слабые стороны основных социально-экономических моделей стран мира с целью определения основных направлений экономической политики той или иной страны мира</p> <p>Навыки: -владения логикой и инструментарием анализа социально-экономических моделей с целью определения основных направлений экономической политики той или иной страны мира</p>
ДОПК-5.	Способен ориентироваться в вопросах мировой и глобальной экономики международных экономических отношениях, а также основах их теорий.	<p>ИДОПК-5.1 Знает сущность, виды, структуру, состав и формы международных экономических отношений; основные теории международных экономических отношений; современное состояние мировой и глобальной экономики;</p> <p>ИДОПК-5.2 Умеет ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития мировой и</p>	<p>Знания: сущность, виды, структуру, состав и формы международных экономических отношений; основные теории международных экономических отношений; современное состояние мировой и глобальной экономики</p> <p>Умения: ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития мировой и</p>

		тенденциях и перспективах развития мировой экономики и международных отношений на основе анализа социально-экономических показателей;	глобальной экономики и международных экономических отношениях на основе анализа социально-экономических показателей; Навыки: владеть навыками анализа и прогнозирования проблем развития мировой экономики и международных отношений
		ИДОПК-5.3 Владеет навыками анализа и прогнозирования проблем развития мировой экономики и международных экономических отношений;	
ДОПК-6.	Способен анализировать отраслевую структуру экономики России и ориентироваться в основных направлениях ее экономической политики	ИДОПК-6.1 Знает базовые теории экономического анализа;	Знания: базовые теории экономического анализа
		ИДОПК-6.2 Умеет анализировать экономическую политику России;	Умения: анализировать экономическую политику России
		ИДОПК-6.3 Владеет навыками анализа социально-экономических показателей России;	Навыки: владеть навыками анализа социально-экономических показателей России
ДОПК-7	Способен использовать математические модели и теории при изучении, анализе и прогнозировании процессов международных отношений, мировой политики и экономики	ИДОПК-7.1 Знает основы математики; основные математические теории и модели;	Знания: - метода Гаусса решения систем линейных уравнений, применение в общем случае и элементы матричной алгебры; - места и роли фундаментальных понятий математического анализа (множество, предел, производная, интеграл) в современной математике, понятие функциональной зависимости и способы ее задания; - определение производной функции, технику

		<p>дифференцирования, основные теоремы о дифференцируемых функциях и их приложения;</p> <ul style="list-style-type: none"> - операции интегрирования как операцию обратную к дифференцированию и возможности использования интегрального исчисления в практических задачах; - вероятности, случайные величины, типовые случайные распределения; - понятие генеральной совокупности и выборки; - первичную обработку выборочных данных, методы оценки параметров распределения признака генеральной совокупности; - приемы построения доверительных интервалов для большой и малой выборки; - понятие статистической гипотезы, применение для контроля качества выпускаемой массовой продукции; - виды зависимостей между величинами в математике. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - графически изображать функциональные зависимости, выделяя важнейшие свойства исследуемых функций (область определения, четность, нули, периодичность, монотонность, наличие у функции асимптот, экстремумы), вычислять пределы, производные и использовать их в качестве инструментов исследования количественных и качественных свойств функций;
--	--	--

		<p>-интегрировать и применять интегралы (неопределенные и определенные) для решения экономических, геометрических и физических задач;</p> <p>-проводить первичную обработку выборочных данных с использованием вычислительных, графических и табличных методов;</p> <p>-осуществлять проверку статистических гипотез и научиться истолковывать результат такой проверки.</p> <p>Навыки:</p> <p>- приемами работы со специальной литературой, средствами поиска необходимой информации в Интернете, включая работу с электронными библиотеками;</p> <p>-современными математическими идеями и методами, используемыми для анализа сложных туристских процессов;</p> <p>-современными методами сбора и математического представления данных, касающихся туристской сферы;</p> <p>-навыками работы с математическим аппаратом для расчета и анализа проводимой туристской политики</p>	
		<p>ИДОПК-7.2 Умеет применять математическое моделирование при изучении, анализе и прогнозировании процессов международных отношений, мировой политики и экономики;</p>	<p>Знания:</p> <p>принципы применения математического моделирования при изучении, анализе и прогнозировании процессов мировой экономики</p>

		<p>ИДОПК-7.3 Владеет навыками математического моделирования геополитических экономических процессов;</p>	<p>-методов математического анализа и моделирования и возможности их применения к анализу политических событий</p> <p>Умения: применять математическое моделирование при изучении, анализе и прогнозировании процессов мировой экономики</p> <p>-применять методы математического анализа и моделирования, анализа статистических данных для исследования и прогнозирования политических процессов</p> <p>Навыки: владеть навыками анализа и прогнозирования процессов мировой экономики с использованием математического моделирования</p> <p>-владеет методами математического анализа и моделирования для анализа геополитических ситуаций</p>
ДОПК-8.	<p>Способен понимать содержание международно-правовых документов, оперировать международно-правовыми понятиями и категориями</p>	<p>ИДОПК-8.1 Знает содержание международных нормативно-правовых актов, регулирующих международные отношения;</p> <p>ИДОПК-8.2 Умеет пользоваться международными договорами и другими правовыми актами в своей профессиональной деятельности;</p>	<p>Знания: содержание международно-правовых актов</p> <p>Умения: ориентироваться в текстах международно-правовых актов</p> <p>Навыки: анализ международно-правовых актов</p> <p>Знания: международно-правовые договоры в сфере креативных индустрий</p> <p>Умения: пользоваться нормами международных договоров в сфере креативных индустрий</p> <p>Навыки:</p>

			поиска правовой информации в международных договорах в сфере креативных индустрий
		ИДОПК-8.3 Владеет навыками работы с международно-правовыми актами;	Знания: правил работы с международно-правовыми актами Умения: осуществлять подбор необходимых международно-правовых актов для решения конкретного вопроса Навыки: работа с международно-правовыми актами
ДОПК-9.	Способен самостоятельно анализировать с точки зрения международного права проблемы, возникающие в современных международных отношениях.	ИДОПК-9.1 Знает основные категории международного права и его роль в международных отношениях; содержание международных нормативно-правовых актов, регулирующих международные отношения; общую характеристику системы международных отношений;	Знания: основные категории международного права, содержание международно-правовых актов, общая характеристика системы международных отношений Умения: определять роль международного права в системе международных отношений Навыки: работа с международно-правовыми актами, касающимися определенных международных отношений
		ИДОПК-9.2 Умеет применять нормы международного права при анализе проблем современных международных отношений	Знания: нормы международного права Умения: применять нормы международного права Навыки: анализ проблем современных международных отношений на основе норм международного права
		ИДОПК-9.3 Владеет понятийно-терминологическим аппаратом международного права и использовать его в ходе аналитических исследований актуальных проблем современных	Знания: понятийно-терминологического аппарата международного права Умения: использовать понятийно-терминологический аппарат международного права для исследования проблем международных отношений

		международных отношений в контексте международного права;	Навыки: анализ современных международных отношений в контексте международного права
ДОПК-10.	Способен работать с источниками международной информации, анализировать динамику основных характеристик международных отношений, используя различные программные средства, базы данных и поисковые системы	ИДОПК-10.1 Знает структуру, общие свойства информации и ориентироваться в вопросах, связанных с поиском, сбором, анализом, хранением и распространением информации в системе международных отношений	Знания: принципы поиска, сбора, анализа, хранения и распространения информации в системе мировой экономики Умения: анализировать процесс глобальной коммуникации между субъектами мировой экономики Навыки: владеть различными программными средствами, базами данных и поисковыми системами для получения, хранения и использования информации о системе мировой экономики
		ИДОПК-10.2 Умеет анализировать процесс глобальной коммуникации между субъектами международных информационных отношений, возникающих во всех сферах деятельности государства и общества при получении, хранении и использовании информации;	Знания: - основные подходы к математическому моделированию сфер креативных индустрий; - основные математические методы, применяемые для обработки исходной информации в сфере креативных индустрий; - основные способы обработки в сфере креативных индустрий
		ИДОПК-10.3 Владеет различными программными средствами, базами данных и поисковыми системами для получения, хранения и использования информации;	Умения: -использовать математический язык и математическую символику, и математический аппарат для решения теоретических и прикладных задач; обрабатывать экспериментальные данные;

			<p>решать типовые организационно-управленческие задачи, проводить их анализ, получать количественные соотношения, представляющие практический интерес.</p> <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работа со специальной математической литературой; - владение основными понятиями в виде математических моделей наиболее важных, математическими, статистическими и количественными методами решения типовых организационно-управленческих задач
ДОПК-11.	Способен работать в мультикультурной среде и в международной команде.	ИДОПК-11.1 Знает	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - важнейшие идеологические, культурные и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сопоставлять особенности разных идеологических, культурных и ценностных систем, характерных для разных исторических эпох и стран
		ИДОПК-11.2 Умеет	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности кросс-культурных коммуникаций; - основные причины кросс-культурных конфликтов и методы их разрешения; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать знания о базовых ценностях мировой культуры для своего личностного развития; - обеспечивать соблюдение этических норм в профессиональном взаимодействии; - оценивать поведение представителей других культур

			с точки зрения традиций, принятых в их странах;
		ИДОПК-11.3 Владеет базовыми знаниями создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - уровни и формы успешного межкультурного взаимодействия <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - развивать межкультурную компетентность; - давать аргументированную оценку проявлениям этноцентризма и национализма в общественной жизни
ДОПК-12.	Способен владеть иностранным (-ыми) языком (-ами) на уровне, обеспечивающем свободное общение как в общекультурной сфере, так и профессиональной деятельности.	ИДОПК-12.1 Владеет лексическими единицами и грамматическими структурами, используемыми в устном и письменном общении на иностранном (-ых) языке (-ах) в объеме, необходимом для свободного общения в общекультурной сфере и профессиональной деятельности	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - лексические средства и понятийный ряд английского языка, использующийся в соответствующих областях англоязычного дискурса; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - адекватно цели и ситуации коммуникации использовать языковые средства с соблюдением языковой корректности, произносительной нормы и стилистических норм английского языка; <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создания высказываний, соответствующих требованиям различных типов устной и письменной коммуникации на английском языке для общекультурного общения и осуществления профессиональной деятельности
		ИДОПК-12.2 Использует различные типы устной и письменной коммуникации на иностранном (-ых) языке (-ах) для общения в общекультурной сфере и осуществления профессиональной деятельности	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятия: «функциональный стиль», «жанр», «регистр» (формальный, неформальный) языка; функциональные стили и жанры в современном английском языке, с целью их корректного употребления в соответствии с

		<p>ситуацией общения (в общекультурной сфере и профессиональной деятельности); употребление политкорректной лексики, язык эвфемизмов;</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - строить устную и письменную речь с соблюдением требований, предъявляемых в различных ситуациях общения; <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создания ясных и аргументированных устных и письменных высказываний с соблюдением требований, предъявляемых в различных ситуациях общения 	
		<p>ИДОПК-12.3</p> <p>Выстраивает устную и письменную речь напонятийный ряд иностранном (-ых) языке (ах) логически верно, аргументированно и ясно</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> -лексические средства и лексико-грамматический ряд английского языка, использующийся в соответствующих областях англоязычного дискурса; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -различать функциональные стили английского языка (средств массовой информации, научной прозы и т.д.), характерные для различных сфер профессионального общения; <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обработки устных и письменных текстов различных жанров и регистров, такими как: аннотирование, интерпретация, реферирование, реферирование с элементами перевода; создания различного рода иноязычных письменных текстов, в частности – принятых в деловой переписке с целью установления и

			поддержания профессиональных контактов
ДОПК-13	Способен вести диалог, переписку, переговоры на иностранном (-ых) языке (-ах) в рамках поставленных задач.	ИДОПК-13.1 Ведет различные виды диалогов, осуществляет общекультурное и профессиональное общение, также письменную коммуникацию на иностранном (-ых) языке (-ах)	<p>Знания:</p> <p>- основные лексические средства, необходимые для ведения переговоров, переписки (речевые формулы обращения, средства логической связи и др.);</p> <p>Умения:</p> <p>- использовать изученный языковой материал для построения грамотных устных и письменных высказываний на английском языке;</p> <p>Навыки:</p> <p>- использования изученного языкового материала для ведения беседы и переписки на профессиональные темы</p>
		ИДОПК-13.2 Осуществляет устный и письменный перевод текстов на иностранном (-ых) языке (-ах), относящихся к профессиональной сфере общения	<p>Знания</p> <p>Знает основной лексический материал, распределенный по темам профессиональной коммуникации, понимает принципы грамматических и лексических трансформаций для сохранения семантической и стилистической адекватности переводимых текстов.</p> <p>Умения</p> <p>Умеет грамотно подбирать лексический, грамматический и прагматический эквивалент при переводе высказывания и текстового сообщения на русский язык.</p> <p>Навыки</p> <p>Владет навыками устного перевода «с листа» текстов профессиональной</p>

			<p>тематики и письменного перевода с использованием справочных источников и без них, добиваясь минимизации коммуникативных потерь в процессе перевода текста профессиональной направленности</p>
		<p>ИДОПК-13.3 Владеет навыками публичной, научной и профессиональной речи на иностранном (-ых) языке (-ах)</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правил построения публичной речи с учетом цели, особенностей аудитории и ситуации выступления; - стилистических правил и особенностей оформления письменной научной и профессиональной речи на английском языке; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимать вопросы, сформулированные на иностранном языке, и формулировать аргументированные ответы, соответствующие вопросу по предмету высказывания и содержанию в устной форме; <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выступления перед аудиторией с речью на иностранном языке и создания письменных научных и профессиональных текстов на английском языке
ДОПК-14	<p>Способен применять на практике основы дипломатического и делового протокола и этикета</p>	<p>ИДОПК-14.1 Знает совокупность правил, традиций и условностей, соблюдаемых правительствами, ведомствами иностранных дел, дипломатическими представительствами, иными</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - совокупность правил, традиций и условностей, соблюдаемых правительствами, ведомствами иностранных дел, дипломатическими представительствами, иными официальными лицами в

		официальными лицами в процессе международного и делового общения	<p>процессе международного и делового общения</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применяет знания в области совокупности правил, традиций и условностей, соблюдаемых правительствами, ведомствами иностранных дел, дипломатическими представительствами, иными официальными лицами в процессе международного и делового общения
		ИДОПК-14.2 Умеет применять на практике основы дипломатического и делового протокола и этикета	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы дипломатического и делового протокола и этикета <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять на практике основы дипломатического и делового протокола и этикета <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять на практике основы дипломатического и делового протокола и этикета в сфере креативных индустрий
		ИДОПК-14.3 Владеет правилами этикета межгосударственных и деловых отношений	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правил этикета межгосударственных и деловых отношений <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять знания правил этикета межгосударственных и деловых отношений <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правилами этикета межгосударственных и деловых отношений
ДОПК-15	Способен использовать техники	ИДОПК-15.1 Знает функции, виды, технологии,	Знать

	ведения переговоров, этапы, правила и ограничения	- функции, виды, технологии, этапы, правила и ограничения переговорного процесса
	установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранном (-ых) языке (-ах).	Уметь - применять теоретические знания о переговорном процессе на практике
	ИДОПК-15.2 Использует различные техники ведения переговоров, в том числе на иностранном (-ых) языке (-ах)	Знания: - язык политкорректности, характерный для среды международного общения, необходимый для работы в многоэтнических и интернациональных группах; Умения: понимать устные информационные, повествовательные, описательные, аргументативные учебные и аутентичные устные тексты монологического, и диалогического характера по проблемам предметного содержания курса в зависимости от конкретной коммуникативной задачи; - при решении устных коммуникативных задач следить за высказыванием собеседника и реагировать на него. Навыки: - ведения переписки, переговоров, дискуссии, предусмотренные соответствующей коммуникативной задачей
ИДОПК-15.3 Использует различные техники установления профессиональных контактов	Знания: - сути содержания понятий	

		и развития профессионального общения, в том числе на иностранном (ых) языке (ах)	«невербальная коммуникация», «официальная / неофициальная ситуация общения», «жанр устной коммуникации». Умения: -коммуникативно и культурно приемлемо вести устные телефонные разговоры на иностранном языке. Навыки: - способен налаживать диалогическое общение с сокурсниками, преподавателями, потенциальными работодателями (внимательно и активно слушая других, задавая при необходимости уточняющие вопросы, рассуждая о чем-либо, не провоцируя «защитную реакцию» у других, сдержанно выражая свои мысли и чувства, выражаясь точно и ясно, используя ясный и непротиворечивый язык жестов)
Профессиональные компетенции			
ПК-1.	Способен подготовить план и техническое задание для проведения маркетингового исследования	ИПК-1.1. Выявляет проблемы и формулирует цели при планировании маркетингового исследования	Знания: - базовые теоретические основы, функции, основные концепции и принципы маркетинга; - основные источники маркетинговой и бизнес информации; - ключевые методы ситуационного анализа; - основы стратегического маркетинга (маркетинг-менеджмента).

			<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - провести предварительные исследования задачи, используя академические, профессиональные и общедоступные источники; - Провести базовый ситуационный анализ с использованием ключевых современных методов (SWOT, PEST/ PESTLE) - Выявить ограничения и направления возможного решения задачи; - Обосновать необходимость и сформулировать цели маркетингового исследования <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - владения терминологией маркетинга и маркетинговых исследований
		<p>ИПК-1.2. Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды и типы маркетинговых исследований и их взаимосвязь с бизнес задачами; -типичные форматы и методы сбора, анализа и представления маркетинговой информации; -принципы принятия решений на основе данных маркетинговых исследований <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать маркетинговые инструменты в соответствии с бизнес-задачей, составить техническое задание для проведения маркетинговых исследований

			<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использования маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования в сфере креативных индустрий
		<p>ИПК-1.3.</p> <p>Разрабатывает техническое задание для проведения маркетингового исследования на основе анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - этапы разработки технического задания для проведения маркетингового исследования на основе анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг в сфере креативных индустрий <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -разрабатывать техническое задание для проведения маркетингового исследования на основе анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг в сфере креативных индустрий <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовкой плана и разработки технического задания для проведения маркетингового исследования в сфере креативных индустрий
		<p>ИПК-1.4.</p> <p>Осуществляет подготовку и согласование плана, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы подготовки и согласования плана, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования и ситуационного анализа <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -осуществлять подготовку и согласование плана, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования и ситуационного анализа <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовкой и согласованием плана, установлением сроков и требований к проведению маркетингового исследования и ситуационного анализа
ПК-2.	Способен подготовить решения по управлению проектом в	ИПК-2.1.	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> -основные маркетинговые
	информации и подготовку	Осуществляет сбор, анализ информации и подготовку	

сфере креативных индустрий	предложений по инициированию планированию проекта в сфере креативных индустрий	<p>инструменты, необходимые для планирования производства PR- кампании</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -организовывать и проводить маркетинговые исследования <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> -проведения мониторинга обратной связи для оценки эффективности реализованного коммуникационного продукта
	ИПК-2.2. Принимает участие в процессе подготовки решений по организации и контролю исполнения проекта в сфере креативных индустрий	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> -процесс подготовки решений по организации и контролю исполнения проекта в сфере креативных индустрий <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -подготавливать решения по организации и контролю исполнения проекта в сфере креативных индустрий <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> -принимать управленческие решения по организации и контролю исполнения проекта в сфере креативных индустрий
	ИПК-2.3. Участвует в составлении и реализации инвестиционного и финансового плана в процессе управления проектом в сфере креативных индустрий	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - как составлять и реализовывать инвестиционный и финансовый план в процессе управления проектом в сфере креативных индустрий <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -составлять инвестиционный и финансовый план в процессе управления проектом в сфере креативных индустрий <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> -реализации инвестиционного и финансового плана в процессе управления

			проектом в сфере креативных индустрий
		ИПК-2.4. Участвует в подготовке предложений по организации передачи заказчику результатов проекта, закрытию контрактов, завершению процессов проекта, сохранению накопленного опыта	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы управления объектами культурного наследия для участия в подготовке предложений по организации и контролю исполнения проекта в сфере креативных индустрий; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять знания по законодательной базе РФ, а также РФ в области развития, сохранения и управления объектами культурного наследия для участия в подготовке предложений по организации передачи заказчику результатов проекта, закрытию контрактов, завершению процессов проекта, сохранению накопленного опыта <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовки предложений по организации передачи заказчику результатов проекта, закрытию контрактов, завершению процессов проекта, сохранению накопленного опыта в сфере креативных индустрий
ПК-3.	Способен принимать участие в предпринимательской деятельности по выполнению бизнес-проектов в сфере креативных индустрий	ИПК-3.1. Участвует в процессе разработки бизнес-идеи новых бизнес-проектов в сфере креативных индустрий	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - процесс разработки бизнес-идеи новых бизнес-проектов в сфере креативных индустрий <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работать в коллективе - кооперироваться с коллегами в процессе разработки и реализации бизнес-идеи новых бизнес-проектов в сфере креативных индустрий

			<p>Навыки:</p> <p>-участия в процессе разработки бизнес-идеи в сфере креативных индустрий</p>
		<p>ИПК-3.2. Участвует в осуществлении ресурсного обеспечения текущих производственных, закупочных, сбытовых, маркетинговых, информационных, финансовых, инвестиционных бизнес-процессов в сфере креативных индустрий</p>	<p>Знания:</p> <p>-способы осуществления ресурсного обеспечения текущих производственных, закупочных, сбытовых, маркетинговых, информационных, финансовых, инвестиционных бизнес-процессов и принятия управленческих решений в сфере креативных индустрий</p> <p>Умения:</p> <p>- осуществлять ресурсное обеспечение текущих производственных, закупочных, сбытовых, маркетинговых, информационных, финансовых, инвестиционных бизнес-процессов и принятия управленческих решений в сфере креативных индустрий</p> <p>Навыки:</p> <p>-навыками осуществления ресурсного обеспечения текущих производственных, закупочных, сбытовых, маркетинговых, информационных, финансовых, инвестиционных бизнес-процессов и принятия управленческих решений в сфере креативных индустрий</p>
		<p>ИПК-3.3. Принимает участие в ведении предпринимательской деятельности и развитии бизнес-проектов посредством их реконструкции,</p>	<p>Знания:</p> <p>- способы ведения предпринимательской деятельности и развития бизнес-проектов посредством их реконструкции, акселерации, изменения масштабов</p> <p>Умения:</p>

		<p>акселерации, изменения масштабов</p>	<p>-ввести предпринимательскую деятельность и развивать бизнес-проекты посредством их реконструкции, акселерации, изменения масштабов, принимать управленческие решения</p> <p>Навыки:</p> <p>-введением предпринимательской деятельности и развитием бизнес-проектов посредством их реконструкции, акселерации, изменения масштабов, принятием управленческих решений</p>
		<p>ИПК-3.4 Участвует в координации процесса прекращения деятельности по решению предпринимательских задач разработки и выполнения бизнес-проектов в сфере креативных индустрий</p>	<p>Знания:</p> <p>- принципы координации прекращения деятельности по решению предпринимательских задач разработки и выполнения бизнес-проектов</p> <p>Умения:</p> <p>- координировать процесс прекращения деятельности по решению предпринимательских задач разработки и выполнения бизнес-проектов в сфере креативных индустрий</p> <p>Навыки:</p> <p>- координации процесса прекращения деятельности по решению предпринимательских задач разработки и выполнения бизнес-проектов в сфере креативных индустрий</p>
ПК-4.	Способен организовывать проведение маркетингового исследования использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>ИПК-4.1.</p> <p>Осуществляет планирование, организацию сбора и обработку первичной и вторичной маркетинговой информации</p>	<p>Знания:</p> <p>- основные этапы планирования, обработки</p> <p>- этапы обработки первичной и вторичной маркетинговой информации</p> <p>Уметь:</p> <p>- планировать, организовывать сбор и обрабатывать информацию</p> <p>-проводить анализ</p> <p>Владеть:</p> <p>-навыками аналитической работы с информацией</p>
		<p>ИПК-4.2. Использует основные инструменты</p>	<p>Знания:</p> <p>-основные инструменты комплекса маркетинга при планировании, разработке и</p>

		<p>комплекса маркетинга при планировании, разработке и реализации маркетингового исследования</p>	<p>реализации маркетингового исследования</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать основные инструменты комплекса маркетинга при планировании, разработке и реализации маркетингового исследования <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - владения инструментами комплекса маркетинга для работы с планированием, разработкой и реализацией маркетингового исследования в области креативных индустрий
		<p>ИПК-4.3.</p> <p>Подготавливает отчеты и рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правила организации получения обратной связи от целевой аудитории - правила подготовки отчетов по деятельности <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать отчеты и рекомендации по совершенствованию деятельности в сфере креативных индустрий <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовки отчетов по совершенствованию деятельности в сфере креативных индустрий - организации получения обратной связи от целевой аудитории в сфере креативных индустрий

4.1. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену по направлению подготовки

Структура государственного экзамена по направлению подготовки по видам заданий

Элемент ГИА	Перечень контролируемых компетенций	Формы проведения ГИА
Ответ на первый вопрос	<p>УК-1; УК-2; УК-3; УК-5; УК-6; УК-10</p> <p>ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4</p> <p>ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4</p> <p>ЦК-2; ЦК-4; ЦК-5; ЦК-6</p> <p>ДОПК-2; ДОПК-4; ДОПК-5; ДОПК-6;</p>	Устный ответ

	ДОПК-7; ДОПК-10	
Ответ на второй вопрос	УК-1; УК-2; УК-3; УК-5; УК-6; УК-10 ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4 ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4 ЦК-2; ЦК-4; ЦК-5; ЦК-6 ДОПК-2; ДОПК-4; ДОПК-5; ДОПК-6; ДОПК-7; ДОПК-10	Устный ответ
Решение кейс-задачи	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; УК-9; УК-10; УК-11; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ЦК-1; ЦК-2; ЦК-3; ЦК-4; ЦК-5; ЦК-6; ДОПК-1; ДОПК-2; ДОПК-3; ДОПК-4; ДОПК-5; ДОПК-6; ДОПК-7; ДОПК-8; ДОПК-9; ДОПК-10; ДОПК-11; ДОПК-12; ДОПК-13; ДОПК-14; ДОПК-15; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4	Выполнение практического задания

4.2. Содержание государственного экзамена, структурированное по разделам (темам).

РАЗДЕЛ I. ОСНОВЫ БИЗНЕСА, МАРКЕТИНГА И ЭТИКИ СОВРЕМЕННЫХ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Тема 1. Определение термина и сущности креативных индустрий. Основные источники.

Креативные индустрии как особый сектор экономики. Широкое понимание термина «креативная экономика» как экономики инноваций или экономики знаний. Список креативных индустрий Джона Хоукинса (John Howkins, 2001). 7 характеристик креативных индустрий Ричарда Кейвса (Richard E. Caves, 2000). Доля креативных индустрий в различных экономиках мира. Роль креативных индустрий в развитии экономики. Управление инновациями, экономикой знаний и организациями культуры на макроуровне. Экономическая политика. Европейская культурная политика. Культурная политика РФ. Коммерческие и некоммерческие организации в креативных индустриях. Основные теоретические и практические источники - теории, данных для исследований, изучения практики применения.

Тема 2. Основные принципы бизнеса и маркетинга.

Основные понятия и определения бизнеса, предпринимательства, маркетинга, менеджмента. Основные теоретические и практические источники. Виды и типы бизнеса. B2B/ B2C/ B2G Маркетинг как часть управления предприятием. Основные принципы маркетинга: 4P. Основные

виды и формы маркетинговых исследований. Маркетинговый план. План коммуникационной кампании. Основы ситуационного анализа. SWOT. Обзор основных бизнес-моделей. Александр Остервальдер и Ив Пинье. Циркулярные бизнес-модели. Основные формы организации бизнеса в РФ. Стартапы. Источники финансирования. Бизнес-план. Рентабельность бизнеса. Точка безубыточности в сравнении с точкой окупаемости.

Тема 3. Особенности маркетинга в креативных индустриях.

Маркетинг как часть креативных индустрий. Особенности разработки нового продукта в креативных индустриях. На примере - Индустрия моды. Кинопроизводство. Разработка новой компьютерной игры. Особенности продвижения продукта креативных индустрий. Основы экономики проектов и организаций креативных индустрий.

Тема 4. Этические проблемы креативных индустрий.

Понятие этики и деловой этики.

Краткая история развития этики бизнеса. Спектр этических проблем бизнеса. Этические принципы бизнеса. Типичные этические проблемы продвижения. Типичные этические проблемы проведения маркетинговых исследований. Особенности бизнес-этики в создании творческого продукта: индустрия компьютерных (онлайн) игр, кино, театр, шоу-бизнес, изобразительное искусство и дизайн, мода. Кросс-культурные различия. Этика взаимоотношений в организации. Типичные особенности для креативных индустрий. Взаимоотношения между организацией и обществом. Основные особенности для организаций и проектов сферы креативных индустрий. Социальная ответственность бизнеса в сфере креативных индустрий.

Тема 5. Креативные индустрии России. Обзор и анализ сегмента, особенностей динамики его развития.

Обзор и анализ основных индустрий сегмента в РФ. Государственный сектор креативных индустрий. Культурные политики на региональном и муниципальном уровне. Частный сектор креативной экономики РФ. Государственно-частное партнерство в РФ. Подходы к оценке перспектив развития креативных индустрий в РФ.

Тема 6. Рынок труда в креативных индустриях для выпускников бакалавриата Менеджмент. Индивидуальный план профессионального развития.

Структура сектора маркетинговых исследований: международные агентства, крупнейшие российские агентства, государственные организации, нишевые агентства. Спектр позиций и специализаций. Требования к кандидатам. Стартовые позиции и перспективы роста. Рекламные, диджитал и маркетинговые агентства. Организационная структура и организационные процессы. Основные международные корпорации, российские лидеры, российский рейтинг агентств. Основные востребованные навыки и требования к кандидатам. Стартовые позиции и карьерная траектория. Спектр позиций для маркетологов и управленцев в креативных индустриях. Перспективы развития рынка труда в креативных индустриях. Карьера

частного предпринимателя. Личностные и профессиональные навыки. Вариации в классификациях. Базовые требования рынка труда к кандидатам: цифровая грамотность, способность к количественному мышлению (математическая грамотность), критическое мышление, креативность, эмоциональный интеллект. Профессиональные навыки выпускника бакалавриата Менеджмент в креативных индустриях. Понятия и сущность имидж-билдинга. Self-branding и self-marketing как условия успешности в профессиональной карьере. Диагностика и самодиагностика профессиональных и личностных навыков. Инструменты диагностики. Построение индивидуального плана развития.

РАЗДЕЛ II. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СРЕДА БИЗНЕСА В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Тема 1. Основные концепции и понятия дисциплины.

Определение предмета дисциплины и места дисциплины в научной среде. Понятие микро- и макроэкономики, обзор эволюции экономических школ от классической до неокейнсианской. Общие понятия экономических школ. Понятие факторов производства, экономического выбора и кривые ресурсов. Основные особенности экономической среды бизнеса в сфере креативных индустрий. Обязательные и дополнительные источники по дисциплине. Структура оценки.

Тема 2. Основные понятия и концепции микроэкономики.

Определение понятия и основных терминов микроэкономики.

Организация (фирма), потребитель, рынок. Классификация рынков. Понятие “невидимой руки” рынка. Концепция фиаско рынка. Понятие издержек в экономической теории. Проблемы homo economicus и оппортунистического выбора агентов. Ключевые определения для понимания и анализа потребительского поведения.

Тема 3. Спрос и понятие эластичности спроса. Предложение и эластичность предложения.

Определение понятий и основных концепций и их практического применения. Особенности спроса и эластичности спроса в креативных индустриях. Эластичность спроса по цене и по доходу. Кросс-эластичность спроса (перекрестная эластичность). Особенности предложения в креативных индустриях. Неэластичность предложения в креативных индустриях и особенности балансирования спроса и предложения.

Тема 4. Эластичность спроса по цене и по доходу

Норма сбережения и потребления для развитых и развивающихся экономик. Принципы формирования спроса на различные категории товаров. Престижные товары и эффект Веблена. Товары Гиффена (inferior goods). Товары с абсолютной эластичностью и товары с нулевой эластичностью. Различия в эластичности спроса по цене в зависимости от дохода и эластичность спроса по доходам при эволюции доходов.

Тема 5. Эластичность спроса по цене и по доходу

Структура затрат потребителей с различными доходами. Норма сбережения и потребления в экономике. Эластичность спроса по доходу.

Тема 6. Понятие совершенной и несовершенной конкуренции.
Монополия, олигополия, монополистическая и совершенная конкуренция.
Невозможность совершенной конкуренции в креативных индустриях.

Поведение фирмы на разных типах рынков.

Тема 7. Принципы ценообразования для разных видов рынка.

Предельные, средние издержки и их применимость для креативной индустрии. Ценообразование на рынке совершенной конкуренции. Монопольное ценообразование. Особенности ценообразования на товары неэластичного спроса.

Тема 8. Микроэкономический анализ.

Цели и задачи микроэкономического анализа, его практическое значение для деятельности предпринимателей, малых предприятий, крупных корпораций. Принципы микроэкономического анализа. Методы микроэкономического анализа: предельный, функциональный и графический. Анализ микроэкономических показателей на примере индустрии моды. Практические аспекты влияния результатов анализа на принятие решений.

Тема 9. Основные понятия и концепции макроэкономики.

Определение понятия и основных терминов макроэкономики. Экономическая цель общества. Роль государства в экономике. Модель кругооборота дохода. Понятие ВВП и ВНП. Ключевые показатели для макроэкономического анализа.

Тема 10. Инъекции и утечки из экономики. Понятие агрегированного спроса и предложения.

Модель инъекций и утечек из экономики. Движение факторов производства среди домашних хозяйств, капитала и государства.

Тема 11. ВВП. Методы расчета ВВП.

Взаимосвязь методов расчета ВВП и оценки объемов креативной индустрии

Совокупное потребление и расчет ВВП. Метод “от спроса” и “от предложения”. Методы оценки денежного предложения и спроса. Методы оценки объемов серой экономики. Индекс “Биг Мака”.

Тема 12. Макроэкономическая динамика циклов. Понятия и виды инфляции.

Экономические циклы. Долгосрочные и среднесрочные циклы в макроэкономике. Инфляция спроса и издержек. Особенности инфляции издержек в креативной индустрии

Тема 13. Понятие и виды безработицы.

Циклическая и фрикционная безработица. Сезонная безработица. Естественная безработица. Коэффициент вакансий.

Тема 14. Курс валюты и платежный баланс.

Методы учета объемов креативной индустрии применительно к платежному балансу страны. Спрос и предложение валюты. Платежный баланс и внешний государственный долг. “Утечки” денег из экономики. “Плавающий” курс валюты.

Тема 15. Налогово-бюджетная политика и ее влияние на

креативные индустрии.

Общие понятия и концепции бюджетно-налоговой политики. Кривая Лаффера. Государственный бюджет и его структура. Государственный долг.

Налоговая система РФ. Обзор налоговых систем ключевых зарубежных стран. Основные особенности налогообложения в креативных индустриях.

Тема 16. Денежно-кредитная политика.

Понятие процентной ставки и нормы резервирования. Управление ликвидностью денежной массы. Понятия M1, M2.

Влияние стоимости кредита на креативные индустрии

Тема 17. Макроэкономический анализ.

Цели и задачи макроэкономического анализа, его практическое значение для деятельности предпринимателей, малых предприятий, крупных корпораций. Основные принципы и методы макроэкономического анализа.

Макроэкономический анализ и его влияние на организационно-предпринимательские решения на примере предприятия индустрии производства контента для ТВ канала.

Тема 18. Основные проблемы развития и роста креативных индустриях.

Основные экономические показатели креативных индустрий РФ. Динамика последних лет и ее тенденции.

Макро и микроэкономические факторы, влияющие на экономический рост. Комплексные методы анализа. PEST-анализ.

РАЗДЕЛ III. ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ПРИНЦИПЫ МАРКЕТИНГА

Тема 1. Введение в дисциплину. Маркетинг: определение, исторические концепции, основные принципы, цели, задачи и функции. Маркетинг-микс, 4П.

Основные определения маркетинга и маркетингового управления (менеджмента). Цели и задачи маркетинга. Историческая эволюция концепций маркетинг менеджмента, их содержание и анализ (The Production Concept, The Product Concept, The Selling Concept, The Marketing Concept, The Societal Marketing Concept). Источники академической теории маркетинга и их связь с практическим применением. Обзор и характеристика профессиональных источников. Комплекс маркетинга (маркетинг-микс, концепция 4P-5C-7C). Обзор основных современных задач и проблем в маркетинге: социальная ответственность и этические проблемы в маркетинге, принципы регулирования отношений между потребителем и производителем. Маркетинг в цифровой среде и его основные особенности.

Тема 2. Маркетинговые исследования.

Определение, сущность и структура маркетингового исследования. Количественные и качественные маркетинговые исследования. Этапы проведения маркетинговых исследований. Методы сбора первичной информации. Открытые источники для сбора вторичной информации для маркетологов. Обзор индустрии маркетинговых исследований - в т.ч.

российского сегмента. Типичные форматы представления маркетинговой информации клиенту. Методика STEP (PEST) – анализа с использованием четырехпольной матрицы. PESTLE. Основные практические аспекты использования результатов исследования: анализ информации и принятие решений на основе данных.

Тема 3. Основы изучения и анализ поведения потребителей.

Понятие потребителя. Покупательское поведение. Понятие и структура цепочки потребителя. Типы поведения потребителей при принятии решения о покупке. Понятие и характеристики индивидуального потребителя. Моделирование поведения индивидуальных потребителей. Корпоративные покупатели. Моделирование поведения корпоративных покупателей. Особенности поведения потребителей в цифровой среде.

Тема 4. Управление товаром в системе маркетинговой деятельности предприятия.

Характеристики и классификации товара. Основные составляющие рыночного предложения. Пять уровней товара. Уровни товара и иерархия покупательской ценности. Классификация товаров. Товарные системы и ассортименты. Анализ товарных линий. Длина товарной линии. Модернизация, продвижение и сокращение товарной линии. Упаковка, маркировка и гарантии.

Рыночная атрибутика товара. Товарно-знаковая символика товара, товарный знак, его значение и требования к нему. Фирменное имя товара. Бренд. Управление новыми товарами. Категории нового товара. Этапы разработки нового товара. Процесс принятия решений при разработке нового товара. Маркетинговые стратегии и Жизненный Цикл Товара (Product Life Cycle). Разновидности ЖЦТ. Маркетинговые стратегии на этапе внедрения. Преимущество первого игрока. Маркетинговые стратегии на этапе роста. Маркетинговые стратегии на этапе зрелости. Маркетинговые стратегии на этапе спада.

Тема 5. Политика ценообразования и сбытовая политика в системе маркетинговой деятельности.

Цена как элемент маркетинга-микс. Цели и этапы ценообразования.

Методы ценообразования. Расчет цены по методу «средние издержки плюс прибыль». Расчет цены на основе безубыточности и обеспечения целевой прибыли. Установление цены по ощущаемой ценности товара. Установление цены на уровне текущих цен. Установление цены на закрытых торгах.

Ценовые стратегии маркетинга. Установление цен на новый товар. Установление цены на подлинную новинку. Стратегия «снятия сливок». Стратегия прочного внедрения на рынок. Девять вариантов стратегии маркетинга по показателям цены и качества. Виды скидок с цены: скидки за платеж наличными, скидки за количество закупаемого товара, функциональные скидки, сезонные скидки, зачеты. Установление цен для стимулирования сбыта. Установление дискриминационных цен: цены с учетом разновидностей покупателей, цены с учетом вариантов товаров, цены

с учетом местонахождения, цены с учетом времени. Реакция покупателей и конкурентов на изменение цены. Ответные действия предприятия на изменение цен конкурентов. Сбытовая политика в системе маркетинга. Маркетинговые каналы распределения товаров и услуг, их виды. Функции посредников. Функции канала распределения. Структура канала сбыта. Маркетинговые системы распределения товаров. Выбор каналов распределения. Прямой маркетинг. Прямой и косвенный канал распределения. Подходы к выбору каналов реализации. Типы посредников. Мотивирование участников канала. Розничная торговля. Оптовая торговля. Роль цифровых инструментов. Оффлайн и онлайн каналы продаж.

Тема 6. Интегрированные маркетинговые коммуникации.

Комплекс маркетинговых коммуникаций. Интеграция маркетинговых коммуникаций как способ формирования марочного капитала. Модель процесса коммуникации.

Комплекс стимулирования. Основные средства стимулирования: реклама, личная продажа, стимулирование сбыта, спонсорство, связи с общественностью (PR), прямой маркетинг. Маркетинговая кампания и основные методы оценки ее эффективности.

Тема 7. Стратегический маркетинг на предприятии.

Стратегический и операционный маркетинг. Процесс стратегического маркетинга, процесс операционного маркетинга. Задачи стратегического и операционного маркетинга. Основные стратегии маркетинга, их интеграция в совокупность корпоративных стратегий организации. Понятие стратегического подхода в управлении и планировании. Миссия и цели компании. Понятие и структура анализа маркетинговой среды предприятия. Характеристика основных элементов маркетинговой макросреды. Стратегический анализ факторов макросреды. Характеристика основных элементов маркетинговой микросреды предприятия. Стратегический анализ факторов микросреды. Методика SWOT-анализа. Понятие бизнес-портфеля фирмы и модель анализа бизнес-портфеля «Бостон Консалтинг Групп» (БКГ). Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов рынка. Стратегии охвата целевых рынков. Стратегии позиционирования товара на рынке. Стратегический анализ конкурентов. Конкурентная среда и принципы ее анализа. Базовые конкурентные стратегии.

РАЗДЕЛ IV. ПРОЕКТНЫЙ ПРАКТИКУМ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Тема 1. Анализ текущей ситуации на рынке креативных индустрий

Обзор рыночной ситуации. Конкурентная среда креативных индустрий. Способы позиционирования конкурентов. Рекламный бюджет и его исполнение. Целевая аудитория, потенциальные и реальные покупатели. Анализ отношения потребителей к бренду: осведомленность о бренде, отношение к бренду, продажи, данные для постановки целей рекламной кампании. Статистика продаж и мониторинг рекламной активности конкурентов в сфере креативных индустрий. Специальные исследования и

регулярно проводимые мониторинги рекламной активности и образцы рекламной продукции в сфере креативных индустрий.

Тема 2. Определение целей и стратегии рекламы.

Понятие рекламной кампании, ее составляющие. Цели и задачи рекламной кампании. Стратегия рекламной кампании в сфере креативных индустрий. Этапы рекламной кампании. Значение и место маркетинговых исследований в разработке рекламных мероприятий. Процесс создания рекламного сообщения в рамках мероприятий рекламной кампании. Разработка и применение рекламной стратегии в сфере креативных индустрий. Средства распространения рекламы и их характеристики. Основные и вспомогательные рекламоносители в рекламной кампании. Планирование рекламной кампании в сфере креативных индустрий. Выбор цели рекламной кампании. Факторы, влияющие на сбыт. Разработка медиастратегии в сфере креативных индустрий.

Тема 3. Определение целевой аудитории.

Целевая группа. Детализация цели. Минимальная проработка целевой аудитории с включением общих особенностей ЦА и целевой группы. Типы субъектов ЦА. Проработка целевой аудитории на выявление групп, отвечающих целям кампании в сфере креативных индустрий. Решение об оптимальной адресации рекламы. Определение целевой аудитории конечных потребителей в сфере креативных индустрий. Исследование: масштабность, репрезентативность выборки, знание основных характеристик групп.

Тема 4. Выбор средств и носителей.

Маркетинговая разработка, выбор средств и носителей для рекламной кампании на основании данных, полученных от целевой аудитории в сфере креативных индустрий. Использование вторичных источников (отчетов средств массовой информации, данных рекламных агентств). Основные факторы: объем охвата целевой аудитории; эффективность охвата. Выяснение круга информации целевой аудитории.

Тема 5. Определение бюджета и инструментов рекламы.

Бюджет рекламы. Планирование рекламного бюджета от достигнутого. Планирование от сбыта. Планирование на основе оценки рекламного бюджета конкурентов. Выбор на основе минимизации затрат. Выбор инструментов по критериям: эффективность, применимость, креативность, цена использования, опыт. Включение инструментов в программы продвижения: принципы и условия.

Тема 6. Составление обращений.

Элементы обращения для рекламной кампании в сфере креативных индустрий: идея, обращение, оригинал-макет, ролики и т.д. Проведение кампании в едином ключе. Обеспечение профессионализма и координации в сфере креативных индустрий. Разработка идеи кампании и рекламных обращений. Цели рекламы, средства, объемы обращений как входные параметры.

Тема 7. Предварительные испытания.

Понятие предварительного испытания. Методы и способы испытаний. Лабораторные испытания. Выявление мнений целевой аудитории о рекламных обращениях. Метод выявления мнений целевой аудитории. Проведение фокус-групп. Репрезентативность группы Мнения экспертов (консультанта, предприятия, рекламных агентств). Проведение фокус-группы. Надежность и репрезентативность эксперимента в реальных условиях. Возможность проведения: наличие сопоставимых локальных рынков, выбор для рекламы средств информации локального действия, наличие достаточного времени. Рекламная кампания на отдельном рынке.

РАЗДЕЛ V ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО. СТАРТАПЫ И ВЕНЧУРНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ

Тема 1. Основы предпринимательства, формы виды предпринимательской деятельности

Основные понятия, термины и их определение. Ж. Б. Сэй и И. Шумпетер о сущности предпринимательства и предпринимательской деятельности. Личность и предпринимательство. Предпринимательская способность. Функции и цели предпринимательства. Принципы предпринимательства. Виды предпринимательской деятельности. Индивидуальное предпринимательство. Совместное предпринимательство. Сущность инновационного предпринимательства. Региональные сети: бизнес - центры, бизнес - инкубаторы. История развития предпринимательства, его инновационные направления в России

Тема 2. Выбор и оценка сферы предпринимательской деятельности

Разнообразие предпринимательской деятельности и специфика различных сфер деятельности. Пять предпочтительных сфер для начала собственного дела. Предпринимательство, растущее наиболее быстрыми темпами; наиболее прибыльные области предпринимательства, области деятельности с большим денежным оборотом. Предпринимательство в различных отраслях. Ценовая конкуренция и неценовая конкуренция, возможность сосуществования малых, средних и больших предприятий. Структура отраслей, особенности внутриотраслевой конкуренции. Большое, среднее и малое предпринимательство: особенности и место в национальной экономике.

Тема 3. Организация и развитие собственного дела. Стартап.

Разработка бизнес-проекта

Предпринимательская идея. Организация и развитие собственного дела. Порядок создания нового предприятия. Порядок государственной регистрации предприятия на занятие предпринимательской деятельностью. Учредительные документы предприятия. Формирование уставного фонда. Понятие стартапа и особенности его функционирования. Стратегия создания стартапа. Юридическое оформление стартапа.

Тема 4. Правовое регулирование предпринимательской деятельности

Государственно-правовое регулирование сферы бизнеса в Российской

Федерации. Основные документы, регламентирующие функционирование предпринимательской деятельности. Права и обязанности предпринимателей. Правовой статус предпринимателя. Приоритет и правовая защита предпринимательских идей. Интеллектуальная собственность. Объекты права интеллектуальной собственности. Объекты прав промышленной собственности.

Тема 5. Разработка стратегии финансирования предпринимательской деятельности. Венчурное финансирование

Анализ доступных способов финансирования. Критерии, влияющие на выбор негосударственных источников финансирования. Обоснование выбора наиболее приемлемого способа финансирования. Сущность и этапы венчурного финансирования. Источники средств в венчурных фондах: зарубежный опыт и отечественная практика. Роль государства в становлении венчурного рынка в России.

Тема 6. Планирование денежных потоков предпринимательской деятельности

Финансовые ресурсы предприятия. Система управления финансами на предприятии. Оценка финансового состояния предприятия: сущность и назначение финансового анализа, методы и инструментарий финансового анализа, анализ платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия, анализ эффективности использования оборотных активов.

Экономическая сущность денежного потока. Обоснование и оптимизация ключевых параметров, оказывающих влияние на денежный поток.

Тема 7. Предпринимательский риск: оценка и управление. Ответственность субъектов предпринимательской деятельности

Сущность предпринимательского риска. Классификация предпринимательских рисков. Показатели риска и методы его оценки. Основные способы снижения риска: страхование, лизинг, факторинг, франчайзинг, хеджирование, форвардный контракт, фьючерсный контракт, опционный контракт. Сущность и виды ответственности предпринимателей. Условия возникновения гражданской ответственности предпринимателей.

Тема 8. Оценка эффективности предпринимательской деятельности

Система показателей эффективности предпринимательской деятельности. Принципы и методы оценки эффективности предпринимательской деятельности. Пути повышения и контроль эффективности предпринимательской деятельности.

РАЗДЕЛ VI МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ

Тема 1. Основы маркетинговых исследований

Вводная лекция. Цель и задачи дисциплины, система оценивания, планируемые результаты. Основ маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования как функция маркетинга. Сущность и значение

маркетинговых исследований для принятия управленческих решений. Классификация и принципы маркетинговых исследований. Организация и проблемы, связанные с проведением маркетинговых исследований.

Тема 2. Дизайн исследования и типы данных.

Первичные/вторичные, качественные/ количественные данные. Базовые процессы, лежащие в основе всех исследовательских программ. Методы сбора первичного исследования. Опрос, панельные исследования. Наблюдение, эксперимент, экспертные оценки.

Тема 3. Вторичное исследование.

Развитие навыков проведения вторичных исследований и правила написания отчетов: чтение, редактирование, доработка, представление.

Тема 4. Введение в количественные исследования и методы количественных исследований.

Виды количественных опросов. Понятие выборки. Надежность и точность исследования. Дизайн исследования. Составление анкеты. Требования к анкете. Анализ данных. Виды вопросов. Шкалирование. Переходы. Требование к вопросам. Кодировка открытых вопросов (правила, виды, автоматизация, проверка). Обогащение данных (что может добавляться к опросным данным, как объединять данные и что учитывать в анализе).

Тема 5. Количественные методы исследования рынка и потребителя. Анализ данных

Сложные виды анализа (кластерный, факторный, анализ остатков, регрессии) - обзор, применение, визуализация. Выводы: какие выводы можно и нужно делать из опросных данных. Типичные ошибки. Допустимые и корректные формулировки. Обоснованные гипотезы. Программы для аналитики (обзор – Excel, SPSS, Statistica и другие).

Тема 6. Обобщение данных + построение и анализ таблицы непредвиденных обстоятельств

Числовые сводки; графические сводки; таблицы непредвиденных обстоятельств; Хи-квадрат тест. Отношения. Корреляция. Простая регрессия.

Тема 7. Сравнение групп (параметрические тесты, непараметрические тесты)

Одновыборочные и двухвыборочные t-тесты; Дисперсионный анализ (ANOVA). Критерий Манна-Уитни/Уилкоксона; Тест Крускала-Уоллиса.

Тема 8. Кластерный анализ + другие методы

Кластерный анализ; Другие методы (например, множественная регрессия; ANCOVA). Обобщение изученного. Разбор примерных экзаменационных вопросов.

Тема 9. Качественные методы исследования

Проведение качественного исследования. Подробности о глубинных интервью и фокус-группах. Проведение исследований с использованием фокус-групп.

Тема 10. Реклама и исследование аудитории

Понятие целевого рынка и целевой аудитории. Потребитель и покупатель. Выбор целевой аудитории. Сегментация потребителей. Принципы сегментации. Проведение ad hoc сегментации. Наиболее популярные методы сегментации: Needscope, Censydiam, 6W. Другие источники информации о целевой аудитории (Rusindex, Mediascope).

Тема 11. Дизайн анкеты

Как создавать анкеты, разрабатывать вопросы, тестировать анкеты и учитывать форматирование и структуру. Рейтинговые шкалы. Возможность использования рейтинговых шкал в опросниках.

РАЗДЕЛ VII КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА

Тема 1. Основные концепции и понятия дисциплины. Подходы к измерению креативной экономики.

Определение понятия креативная экономика и места дисциплины в учебной программе. Междисциплинарная природа изучения креативных дисциплин. Мировые стандарты оценки и отчеты международных организаций о составе индустрий внутри креативной экономики. Особенности классификации креативных индустрий в РФ. Подходы к измерению креативной экономики: отраслевой подход, измерение по оценке занятости; классификация креативных товаров ЮНКТАД. Методологическая рамка НИУ ВШЭ. Метод картирования. Механизмы оценки стоимости и добавленного продукта в креативной экономике. Основные показатели креативной экономики, их динамика и оценки перспектив. Методология ЮНИДО по развитию креативных индустрий. Обязательные и дополнительные источники по дисциплине.

Тема 2. Креативные индустрии РФ.

Концепция развития творческих индустрий в РФ (2021). Емкость внутреннего рынка и экспортный потенциал креативных индустрий в РФ. Методология расчета приближенной оценки вклада креативных индустрий в экономику России (АСИ). Определение видов деятельности, включаемых в расчет. Виды деятельности, исключенные из расчетов. Преобладание импорта над экспортом. Расчет вклада на муниципальном, региональном и федеральном уровнях. Творческие индустрии Москвы. Различия внутри креативной отрасли по размеру рынка, степени инвестиционной привлекательности, экспортному потенциалу, по особенностям осуществления финансово-хозяйственной деятельности (Атлас креативных индустрий РФ, 2021).

Тема 3. Инструменты развития креативной экономики.

Модель поддержки творческих индустрий агентства “Творческие индустрии”. Цели создания модели. Нормативная база модели. Статистика, исследования и мониторинг. Разработка рекомендаций. Экосистемы в поддержке креативных индустрий. Кластеры, инкубаторы и иные творческие пространства. Отличительные особенности креативных кластеров. Нишевые маркетплейсы. 2021 ООН - год креативной экономики в целях устойчивого развития. Международные конкурсы и конференции (Creative Business Cup).

Тема 4. Правовые основы развития бизнеса в креативных индустриях РФ и практические аспекты их учета в планировании.

Основы государственной культурной политики (2014). Стратегия развития экспорта услуг до 2025 г. (2019). Задачи и приоритетные меры по развитию экспорта услуг. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г (2021). Статья 1225 Гражданского кодекса РФ - 12 охраняемых видов результатов интеллектуальной деятельности (РИД).

Регулирование деятельности субъектов и складывающихся правоотношений общими нормами действующего законодательства. Специальное нормативное регулирование отдельных направлений, относимых исследователями к направлениям деятельности творческих индустрий. Регулирование творческой деятельности самозанятых и физических лиц. Тенденции нормотворческой деятельности. Практические аспекты использования особенностей правовой базы в деятельности предприятий и стартапов в креативной экономике.

Тема 5. Определение собственности на товары и услуги в креативной экономике.

Словарь легальных дефиниций по интеллектуальным правам в креативных индустриях. Роль и место интеллектуальной собственности в креативной экономике. Схема интеллектуальных прав. Сравнение моделей охраны результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации. Сравнения способов использования РИД и СИ. Сравнение режима служебных результатов интеллектуальной деятельности. Договор об отчуждении исключительного права, Лицензионный договор, Договор авторского заказа. Сравнение новых моделей распоряжения исключительным правом. Digital-объекты в креативной экономике. NFT и цифровые права собственности на виртуальные объекты в креативной экономике

Тема 6. Бизнес и инвестиции в креативных индустриях.

Особенности экономики креативных индустрий. Причины отнесения креативных индустрий к высокорискованному бизнесу. Формы импакт-инвестирования: долевое финансирование, венчурные инвестиции, частные инвестиции с фиксированной доходностью (бизнес-ангелы), стратегические инвестиции. Международные платформы поддержки креативных индустрий и их функции. Краудфандинг, мэтч-фандинг.

Тема 7. Понятие и виды международной конкурентоспособности.

Теория М. Портера о конкурентных преимуществах. Методики WEF, ПМТ ССИ. Кластерный анализ. Методы оценки конкурентоспособности креативного продукта. Факторы конкурентоспособности. Пирамида конкурентоспособности. Индекс выявленных преимуществ, индекс сложности экспорта, ширина спектра перспективных товаров. Рекомендации по повышению конкурентоспособности. Методы формирования цены на сервисы и товары в креативной экономике.

Тема 8. Актуальные проблемы развития и роста креативных индустрий.

Основные экономические показатели креативных индустрий по отраслям. Динамика последних лет и ее тенденции. Особенности поиска точек роста для креативных индустрий. Тренды как источники роста. Менеджмент цифровых прав. Анализ данных. Коллаборативные платформы. Тренд на экологию и устойчивое развитие. Проблемы этики в креативных индустриях и их влияние на развитие креативной экономики. Санкционная политика и ее последствия для развития креативных индустрий РФ.

РАЗДЕЛ VIII СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И ПЛАНИРОВАНИЕ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Тема 1. Введение в стратегию

Понятие и значение стратегии. Развитие стратегического управленческого мышления. Цели, задачи, структура курса. Предмет и метод Стратегического маркетинга. Взаимосвязь Стратегического маркетинга с другими дисциплинами. Роль Стратегического маркетинга в экономическом развитии страны.

Стратегический процесс. Цели маркетинговой стратегии. Особенности стратегического маркетингового планирования. Маркетинговая стратегия и маркетинговые мероприятия (коммуникации). Различия между организациями, ориентированными на производство, и организациями, ориентированными на рынок. Влияние последних изменений на стратегии маркетинга. Элементы стратегии. Ключевые компоненты корпоративной, бизнес- и маркетинговой стратегий.

Тема 2. Альтернативные модели и этапы разработки маркетинговой стратегии

Разработка и реализация маркетинговой стратегии-общее представление о процессе. Процесс разработки и реализации маркетинговой стратегии. Этапы разработки маркетинговой стратегии. Исследование состояния рынка и внешней среды. Оценка текущего состояния компании. Анализ конкурентов и оценка конкурентоспособности компании. Постановка целей маркетинговой стратегии. Сегментация рынка и выбор целевых сегментов (исследование потребителей). Анализ стратегических альтернатив и выбор маркетинговой стратегии. Разработка позиционирования. Предварительная экономическая оценка стратегии и инструменты контроля. План маркетинга.

Анализ трех «К» (3 Cs Analysis). Три ценностных критерия. Сеть ценностей (Value Net). Матрица оценки возможностей (Opportunity Evaluation Matrix). Матрица рисков. Матрица SPACE (The SPACE Matrix). Полигон матрицы SPACE. Концепция стратегического планирования Abell. Применение моделей коммуникаций для построения маркетинговой стратегии (AIDA), (DIPDA) и т.д.

Тема 3. Принятие стратегических решений и стратегический выбор

Стратегическое планирование. Взаимосвязи между конкурентной и корпоративной стратегиями. Конкурентная стратегия. Общие стратегии по Портеру. Апробация и доводка общих стратегий. Стратегия оздоровления. Тестирование и оценка стратегических вариантов и выборов. Корпоративная стратегия в однопрофильных организациях. Варианты корпоративной стратегии Ансоффа. Проникновение на рынок. Развитие продукта и расширение рынка. Корпоративная стратегия в многопрофильных организациях. Стратегии сотрудничества. Стратегия сокращения.

Тема 4. Реализация стратегии: структура, системы, культура и изменения

Стратегия и структура. Основные элементы организационной структуры. Сложные структуры. Динамичные структуры. Операционные системы. Динамичная культура. Управление стратегическими изменениями. Сопротивление изменениям. Управление стратегическими изменениями: культурологический подход.

Тема 5. Специализированные маркетинговые стратегии: международная, кросскультурная, маркетинга территорий

Специфика международной стратегии. Международный контекст. Появление многонациональных корпораций. Основы международной торговли. Национальные и интернациональные источники конкурентных преимуществ. Глобализация и Антиглобализм. Вопросы рисков, управления и международной этики. Рост многонациональных корпораций. Типы международной стратегии. Структура отрасли и организационная стратегия в международном контексте. Организующая схема Гошала. Транснациональная компания. Формирование региональной стратегии. Управление многонациональными корпорациями и международными брендами. Стратегии маркетинга территории, их цели и интересы. Основные группы стратегии. Маркетинговые активы территории и основные стратегии территориального маркетинга. Создание уникального торгового предложения территории. Оценка факторов привлекательности территории. Подходы к анализу для разработки стратегии. SWOT – анализ, STEEP – анализ, группировка факторов привлекательности.

Тема 6. Методология управления Стратегическим маркетингом

Стратегическое позиционирование и операционная результативность. Как совершаются стратегические ошибки. Стратегия и поиск преимуществ. Поиск устойчивости. Стратегия и предназначение. Стратегические парадоксы и динамика стратегии. Глобализация и локализация. Конкуренция и сотрудничество. Контроль и хаос: изменчивость как постоянное состояние. Стабильность и инновации. Прибыльность и ответственность: вопросы корпоративного управления. Стратегическое мышление и стратегическая деятельность.

Основы управления стратегическим маркетингом. Планирование в системе стратегического маркетинга. План-программа работы со стратегиями в деятельности предприятия. Стратегический и оперативный планы. Информационное и коммуникационное обеспечение управления

стратегическим маркетингом. Основные элементы информационного обеспечения управления стратегическим маркетингом. Принципы формирования и использования информации. Коммуникационные каналы. Контроль в стратегическом маркетинге. Объекты контроля. Современные концепции внутрифирменного управления. Рыночные системы и принципы управления предприятием. Функции и принципы управления. Служба маркетинга на предприятии, организационные структуры, основные задачи и функции. Риск в предпринимательстве. Виды рисков. Условия принятия решений. Страхуемые и нестрахуемые риски. Риски, страхуемые в страховых компаниях. Нестрахуемые риски предприятия. Принципиальная схема анализа шансов-рисков. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности предприятия в условиях стратегического маркетинга. Концепция стратегического маркетингового анализа. Методы стратегического маркетингового и финансового анализа. Бизнес-план и его связь с программой стратегического маркетинга. Задачи бизнес-плана. Структура бизнес-плана.

РАЗДЕЛ IX УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

Тема 1. Управление человеческими ресурсами организации: стратегия, политика, функции

Определение сущности, содержания, принципов, методов, инструментов управления человеческими ресурсами организации в конкретных условиях ее функционирования в сфере креативных индустрий. Разработка кадровой политики и кадровой стратегии с учетом объективных и субъективных факторов, оказывающих влияние на функционирование и развитие системы управления организацией в сфере креативных индустрий. Взаимосвязь кадровой политики и кадровой стратегии с этапами жизненного цикла организации в сфере креативных индустрий. Основные особенности кадровой политики и практики в креативных индустриях. Особенности управления персоналом на проектных формах работы. Особенности управления персоналом творческих профессий.

Тема 2. Управление численностью персонала в сфере креативных индустрий

Управление численностью персонала: планирование требуемой численности в сфере креативных индустрий. Управление организационными структурами. Планирование найма. Оптимизация численности. Высвобождение персонала. Методология планирования потребности в человеческих ресурсах в сфере креативных индустрий. Маркетинговые исследования рынка труда.

Тема 3. Привлечение и подбор персонала в сфере креативных индустрий. Ценностное предложение работодателя

Разработка и реализация стратегии поиска и отбора сотрудников в сфере креативных индустрий. Понятие ценностного предложения работодателя. Элементы EVP. Методы поиска и отбора сотрудников. Жизненный цикл кандидата. Источники и каналы поиска кандидатов.

Инструменты отбора. Сравнение эффективности различных инструментов отбора. Воронка отбора. Оценка эффективности процессов привлечения и отбора персонала в организацию в сфере креативных индустрий. Практические аспекты поиска работы на рынке труда в креативных индустриях – типичные каналы и методы поиска работы, резюме, письмо, портфолио. Хард скиллз и софт скиллз.

Тема 4. Управление адаптацией и развитием человеческих ресурсов организации в сфере креативных индустрий

Развитие человеческих ресурсов организации как часть развития организации. Система развития персонала в системе управления персоналом организации. Цели, задачи, принципы развития человеческих ресурсов в организации в сфере креативных индустрий. Программы трудовой адаптации. Развитие персонала как средство достижения стратегических целей организации. Обучение и развитие персонала как средство повышения ценности человеческого капитала организации. Обучение и развитие персонала как инструмент проведения организационных изменений. Теория человеческого капитала и современные подходы к развитию персонала в организации. Понятия развития, обучения, образования, научения и их взаимосвязь. Понятие компетенции. Модель компетенций организации. Содержание понятия «компетенция». Использование модели управления по компетенциям в управлении развитием персонала организации в сфере креативных индустрий. Разработка и реализация модели компетенций. Оценка персонала с помощью модели компетенций. Методы оценки компетенций и их сравнительная надежность. Цели, задачи, критерии, методы и инструменты оценки персонала в организации. Инструменты развития человеческих ресурсов организации: Модель 70-20-10. Формальное обучение. Обучение на рабочем месте. Коучинг и наставничество. Особенности обучения взрослых – андрагогика. Цикл обучения Д.Колба. Оценка отдачи от корпоративного обучения - модель Д.Киркпатрика-Филлипса.

Тема 5. Управление организационной культурой. Конфликты в организации в сфере креативных индустрий

Сущность организационной культуры, ее функции и структура. Концепция и типы организационной культуры. Символический, подповерхностный и глубинный уровни организационной культуры. Сильная и слабая организационная культура. Организационная культура как объект управления. Методы формирования, поддержания и изменения организационной культуры.

Понятие конфликта в организации в сфере креативных индустрий. Сущность и признаки конфликта. Причины и условия протекания организационных конфликтов. Функции, этапы и типы организационных конфликтов. Методика и принципы исследования конфликтов. Диагностирование, прогнозирование и профилактика конфликтов в сфере креативных индустрий.

Тема 6. Мотивация и вознаграждение персонала

Теоретические основы мотивации к труду: понятие мотивации, содержательные и процессуальные теории мотивации. Эволюция взглядов на мотивацию персонала. Внешняя и внутренняя мотивация. Подходы к анализу мотивации. Структура общего вознаграждения персонала: оплата труда, неденежное и нематериальное вознаграждение. Источники информации о вознаграждении на рынке труда. Управление оплатой труда: базовая и переменная части оплаты труда. Управление результативностью деятельности (Performance management). Краткосрочное и долгосрочное вознаграждение. Неденежные элементы вознаграждения: виды и инструменты. Нематериальное вознаграждение: виды и инструменты.

Тема 7. Оценка эффективности HR функции в организации

Подходы к оценке эффективности управления ЧР: метрики, KPI. Будущее HR функции в организациях. Информационные технологии в управлении человеческими ресурсами: автоматизация, цифровизация, искусственный интеллект.

Тема 8. Высвобождение персонала в организации

Понятие и виды высвобождения персонала. Система мероприятий по высвобождению персонала. Направления поддержки высвобожденного персонала.

РАЗДЕЛ X ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Тема 1. Принятие решений в управлении разными системами

Принятие решений в управлении техническими системами. Принятие решений в управлении биологическими системами. Принятие решений в управлении социальными системами.

Тема 2. Принятие решений человеком, в том числе в сфере креативных индустрий

Принципы работы головного мозга и субъектные факторы принятия решений. Рациональность в принятии решений, в том числе в сфере креативных индустрий. Эвристики в принятии решений, в том числе в сфере креативных индустрий. Ограничения процессов переработки информации.

Тема 3. Индивидуальные различия в принятии решений

Роль индивидуальных различий в принятии решений. Личность и принятие решений. Интеллект и принятие решений. Индивидуальные стили деятельности. Стили принятия управленческих решений, в том числе в сфере креативных индустрий.

Тема 4. Общая характеристика принятия решений

Субъект принятия управленческих решений. Разнообразие и роль принятия управленческих решений в сфере креативных индустрий. Специфика управленческих решений. Факторы принятия управленческих решений.

Тема 5. Типы и модели принятия управленческих решений

Одномерные классификации управленческих задач. Типология проблемных ситуаций. Модели принятия управленческих решений в сфере

креативных индустрий.

Тема 6. Принятие индивидуальных управленческих решений

Нормативный и дескриптивный подходы к анализу управления. Нормативное описание процесса индивидуального принятия управленческих решений. Дескриптивное описание процесса индивидуального принятия управленческих решений. Принятие групповых управленческих решений.

РАЗДЕЛ XI ПРОДЮСИРОВАНИЕ И МАРКЕТИНГ ПРОЕКТОВ В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ

Тема 1. История возникновения продюсерской деятельности. Основы продюсерской деятельности, цели, задачи.

Определение понятия Продюсер в Гражданском кодексе РФ (ст 1240, 1263). Изучение практического использования и применения таких понятий, как продюсирование, продюсерская деятельность. Цель продюсирования, задачи продюсирования. История возникновения продюсерской деятельности. История развития продюсерской деятельности в России и за рубежом. Обзор современных проблем и текущих задач продюсерской деятельности.

Тема 2. Особенности, направления и виды продюсирования в креативных индустриях.

Типология и классификация культурных проектов. Особенности правового режима для продюсирования в сфере креативных индустрий. Авторские права. Франшиза. Государственное регулирование и поддержка предпринимательства в РФ в отношении к креативным индустриям. Особенности продюсирования в кинематографе: основы кинопроизводства. Российский процесс кинопроизводства. Зарубежные организационные схемы кинопроизводства. Материальная база кинопроизводства. Кинопрокат. Особенности продюсирования. Его профессиональные качества.

Тема 3. Основы фандрайзинга в креативной индустрии.

Основы фандрайзинга, цель, задачи, методы. Обзор опыта фандрайзинга для креативных индустрий. Планирование фандрайзинга. Развитие креативных индустрий как объекта фандрайзинга. Специфика фандрайзинга проектов в области креативных индустрий. Краудсорсинг и краудфандинг в креативных индустриях. Kickstarter и Indiegogo. eurowcrowd.org. Planeta.ru. Мэтчфандинг.

Тема 4. Формирование продюсерской концепции.

Особенности рынков для продуктов креативной индустрии по отраслям. Особенности российских рынков. Источники информации и данных о рынках для формирования продюсерской концепции. Методы поиска бизнес-идеи и творческой идеи. Поиск и разработка идеи на примере киноиндустрии и рынка кинопроката РФ. Обзор основных показателей рынка, их прогнозирования. Структура зрительских предпочтений.

Характеристика базы кинопроката. Обзор правовых особенностей рынка. Тренды и тенденции развития кинопроизводства и спроса на продукцию. Особенности кинопроизводства в РФ, структура издержек кинопроекта. Выбор прикладных программ, логистика принятия решений по выбору цифровых продуктов для производства продукта в киноиндустрии. Генерация продюсерских идей для кинопроекта. Необходимость изучения особенностей жанров. Способы оценки жизнеспособности и прогнозирования эффективности идей.

Тема 5. Продюсирование проектов и его этапы в креативных индустриях.

Продюсерский проект. Этапы продюсерского проекта. Основные инструменты формирования продюсерского проекта. Выстраивание бизнес стратегии будущего продюсерского проекта в области креативных индустрий. Маркетинговая стратегия проекта. Использование анализа данных SPSS. Привлечение финансирования на проекты в области креативных индустрий. Особенности привлечения внешнего финансирования проектов и работы с государственными грантами. Питчинг проекта в креативных индустриях – особенности и технология презентации. Авторские права при разработке проектов. Особенности разработка бизнес-плана проекта для креативных индустрий. Оценка затрат и знакомство со структурой типичных расходов для нескольких видов проектов. График реализации проекта. Управление рисками. Особенности монетизации проекта в креативных индустриях. Прогнозирование и оценка фактических финансовых результатов проекта.

Тема 6. Особенности маркетинга и продвижения продюсерских проектов.

Маркетинговые стратегии проектов. Ключевые инструменты продвижения в креативных индустриях. PR-технологии. Виды PR-технологий. GR-связи. Технологии GR. Этапы GR в продвижении проекта. Новые медийные технологии в продвижении продюсерского проекта. Разработка коммуникационной кампании проекта. Выбор каналов продвижения.

РАЗДЕЛ XII. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Тема 1. Сущность, этапы становления, концепции, механизм мирового хозяйства Основные показатели участия страны в мировом хозяйстве.

Предмет и задачи курса «Мировая экономика». Его связь с другими курсами. Рекомендуемая литература.

Понятие мировой экономики и мирового хозяйства. Признаки мирового хозяйства и его характерные черты. Этапы формирования и периоды развития мирового хозяйства. Механизм мирового хозяйства и его субъекты: национальные экономики, транснациональные корпорации, интеграционные группировки, международные экономические организации. Формы мирового хозяйства.

Тема 2. Типология стран мира.

Основные группы стран: состав и подгруппы, характерные черты, их позиция и роль в мировой экономике, отличительные черты. Динамика развития в основных группах стран мира. Перспективы расширения группы развитых стран.

Тема 3. Природно-ресурсный потенциал мирового хозяйства.

Понятие природно-ресурсного потенциала мирового хозяйства. Понятие природных ресурсов, их классификация и роль в мировой экономике. Мировые ресурсы минерального сырья: топливное минеральное сырье, рудное и нерудное минеральное сырье. Мировые земельные, водные и лесные ресурсы. Распределение природных ресурсов между странами. Степень обеспеченности стран мира природными ресурсами. Показатель ресурсообеспеченности. Кризис окружающей среды и его проявления. Понятие трансграничных загрязнений. Истощение ресурсов. Международное сотрудничество в решении эколого-экономических проблем. Концепция ООН экологической отчетности предприятий.

Тема 4. Глобальные проблемы человечества.

Понятие глобальных проблем мировой экономики. Новые и нарождающиеся глобальные проблемы.

Глобальная проблема бедности и пути ее решения. Понятие социального расслоения, его масштабы, тенденции и особенности в различных группах стран. Проблема обеспечения первичных потребностей человека в различных группах стран. Социальная политика в развитых странах. Социальная политика в развивающихся странах. Социальная политика в странах с переходной экономикой. Продовольственная проблема, ее масштабы и пути решения. Глобальная проблема устойчивого развития и подходы к ее решению. Глобальная проблема развития человеческого потенциала.

Тема 5. Трудовые ресурсы мирового хозяйства.

Динамика и структура населения мира. Трудовые ресурсы мира: количественные и качественные аспекты. Мировой рынок труда и международная миграция рабочей силы: ее понятие, виды, масштабы и направления. Центры международной трудовой миграции и ее экономические последствия.

Тема 6. Развитые страны в мировой экономике. Сдвиги в экономике развитых стран.

Основные черты группы развитых стран мира и их положение в мировом хозяйстве. Три центра развитого капитализма. Взаимодействие триады с ее периферией. Социально-экономические модели развитых стран, их хозяйственный механизм и экономическая политика.

Глобализация и особенности экономической либерализации в развитых странах. Регионализация и интеграция. Финансовый сектор и его влияние на состояние экономики. Реальный сектор и его значение в ходе постиндустриализации. Социальная дифференциация, проблема занятости и пути ее решения в развитых странах. Три центра развитого капитализма и периферия.

Международная миграция рабочей силы в развитые страны. Главные тенденции во внешнеэкономической деятельности. Международная торговля и прямые инвестиции. Платежные балансы трех центров развитого капитализма: современная ситуация и проблемы. Финансово-экономический кризис 2008-2010 гг.: причины возникновения и его последствия для позиций развитых стран в глобальной экономике.

Тема 7. США в мировой экономике. Американская социально-экономическая модель.

НАФТА: предпосылки создания и история образования, цели, механизм, проблемы и перспективы. Экономический потенциал. Роль и место НАФТА в мировой экономике.

Модель современной американской экономики и ее основные черты. Противоречия экономического подъема в США в 1990-е гг. Концепция «новой экономики». Современные тенденции социально-экономического развития США. Динамика и факторы социально-экономического развития. Текущий финансово-экономический кризис: причины и последствия. Внешние факторы развития и внешнеэкономическая стратегия США. Экономические отношения России и США.

Тема 8. Развивающиеся страны в мировой экономике.

Характерные черты и проблемы развивающихся стран мира и их положение в мировом хозяйстве. Сущность, причины и последствия отсталости. Многоукладный характер экономики. Преобразования докапиталистических структур. Неравномерность их экономического развития.

Дифференциация развивающихся стран, причины ее углубления. Основные модели развития развивающихся стран, модели их индустриализации.

Роль государства в экономике развивающихся стран. Основные проблемы в экономическом развитии развивающихся стран и перспективы их дальнейшего расслоения. Проблемы накопления. Социальные проблемы. Тенденции социально-экономического развития. Экономическая динамика и рост дифференциации стран «третьего» мира. Основные тенденции в финансовом и реальном секторах.

Внешнеэкономические факторы развития и их роль в экономике развивающихся стран. Внешнеэкономические связи. Особенности товарной структуры. Роль внешней помощи и иностранного капитала. Проблемы и перспективы участия в международном разделении труда.

Тема 9. Россия в мировой экономике.

Россия в мировом хозяйстве. Потенциал и доля России в мировой экономике. Системные реформы и их результаты. Российская модель переходной экономики. Стратегические задачи современного этапа развития. Основные фонды и их состояние. Проблема инвестиций и сбережений. Проблема емкости внутреннего рынка. «Долларизация» экономики.

РАЗДЕЛ XIII. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ

ОТНОШЕНИЯ

Тема 1. Экономическая глобализация и международная торговля: ключевые направления развития. Международное разделение труда

Основные особенности современного этапа глобализации мировой экономики. Влияние глобализации на основные формы МЭО. Международное разделение труда: понятие, основные факторы, влияющие на формирование и эволюцию МРТ. Новые тенденции в его развитии. Основные тенденции развития международной торговли в последние два десятилетия. Товарная структура международной торговли и причины ее изменения. Роль международных производственных цепочек в развитии международной торговли. Международная торговля услугами: основные тенденции развития. Способы торговли услугами и их эволюция.

Тема 2. Торговая политика и ее инструменты. Особенности торговой политики развитых и развивающихся стран

Торговая политика: понятие, цели, основные направления развития. Протекционизм и либерализация в торговой политике зарубежных стран в условиях глобализации. Таможенные пошлины: понятие, функции и виды. Таможенные тарифы: понятие, виды, принципы построения. Эволюция таможенно-тарифной практики зарубежных стран. Нетарифные ограничения: понятие, классификация в соответствии с правилами ГАТТ/ВТО и особенности применения. Средства стимулирования экспорта товаров. Их виды и роль в торговой политике.

Тема 3. Многостороннее регулирование международной торговли товарами и услугами. Деятельность ВТО

История и цели создания Генерального соглашения по тарифам и торговле (ГАТТ). Основные направления и принципы деятельности ГАТТ. Марракешский пакет документов ВТО. Всемирная торговая организация: цели создания, направления деятельности. Институциональная структура. Министерские конференции в рамках ВТО: рассматриваемые вопросы и основные результаты. Дохийский раунд развития: повестка дня, ход переговоров, проблемы подписания пакета соглашений. Балийский пакет и Пакет Найроби и их значение. Итоги министерской конференции в Буэнос-Айресе. Проблемы реформирования ВТО.

Тема 4. Международное движение капитала

Предпосылки движения капиталов в мировой экономике. Неравномерное размещение капитала по миру. Различия между странами в инвестиционном климате. Разная эффективность использования капитала его владельцами. Традиционно высокая мобильность капитала. Теории международного движения капитала: Милль - содействие международной торговле, разница в норме прибыли Хекшер-Олин: неодинаковый спрос, процентная ставка, дополнительные факторы (таможенные барьеры) и др. Теория ТНК: Хаймер и Киндельбергер: модель монополистических преимуществ. Способы и виды прямых иностранных инвестиций. Зарубежные филиалы и дочерние компании.

Тема 5. Транснационализация мировой экономики. Роль ТНК в

развитии МЭО

ТНК: понятие и отличительные признаки. Роль ТНК в современной мировой экономике. Конкурентные преимущества ТНК. Отрицательные последствия деятельности ТНК. Тенденции в развитии ТНК. Роль ТНК в передаче технологий.

Тема 6. Свободные экономические зоны в мировой экономике

Сущность, цели и функции свободных экономических зон. Типология СЭЗ: по степени организации (территориальные, функциональные, территориально-функциональные); по виду хозяйственной деятельности (торговые, промышленно-производственные, технико-внедренческие, сервисные, специальные); по степени интеграции в национальную экономику (интегрированные, анклавные); по принципу национальности (национальные, транснациональные (трансграничные)). Влияние СЭЗ на принимающую экономику. Новые типы СЭЗ и инновационные программы развития зон. Оффшорные зоны: цели использования и мотивы. Группы оффшорных зон. Основные отличия СЭЗ и оффшоров.

Тема 7. Россия в международном разделении труда. Внешнеторговые связи и торговая политика России.

Внешняя торговля России: основные тенденции развития в последние два десятилетия. Товарная структура экспорта и импорта России и проблемы ее рационализации. Влияние западных санкций на российскую внешнюю торговлю. Эволюция и договорно-правовая база внешнеторговой политики России. Инструменты импортной и экспортной политики России. ВТО и Россия: основные аспекты взаимоотношений. Преимущества и издержки членства в ВТО для российской экономики.

Тема 8. Россия в международном движении капитала

Место России в международном движении капитала. Иностранные инвестиции в экономике России: динамика объема и основные формы. Факторы их определяющие. Влияние западных санкций. Региональная и отраслевая структура иностранных инвестиций в российской экономике. Ведущие страны-инвесторы в экономику России. Законодательное регулирование допуска иностранных инвестиций в Россию. Экспорт капитала из России: динамика объема, формы и основные страны-реципиенты. Особые экономические зоны в России: законодательное регулирование. Практика функционирования российских ОЭЗ: основные тенденции и проблемы.

Тема 9. Международный научно-технологический обмен

Международная торговля технологиями. Понятие технологий и основные каналы их передачи. Права интеллектуальной собственности. Динамика и географическая структура международного обмена технологиями. Инновационный потенциал и технологический платежный баланс стран. Экономическая целесообразность экспорта и импорта технологий. Международное техническое содействие. Международный научный обмен. Основные показатели и тенденции. Международный образовательный обмен. Мобильность студентов и преподавателей,

формирование международных стандартов образования, создание стратегических образовательных партнерств и совместные программы. Международный информационный обмен. Новые тенденции в формировании информационного пространства. Международное регулирование научно-технологического обмена. Россия в международном научно-технологическом обмене.

Тема 10. Международная миграция рабочей силы

Понятие, мотивы и типы международной трудовой миграции. Последствия эмиграции и иммиграции для стран. Мировой рынок рабочей силы. Тенденции за последние два десятилетия. Основные миграционные потоки и центры. Регулирование международной миграции на международном и страновом уровне. Международная организация труда и её задачи. Другие организации, регулирующие международную миграцию

Тема 11. Международная экономическая интеграция в современных МЭО. Мегарегиональные интеграционные объединения

Экономическая интеграция: сущность, цели и объективные предпосылки развития. Формы экономической интеграции и их отличительные черты. Преимущества и издержки участия страны в интеграционном объединении. Тенденции и особенности современного этапа международной экономической интеграции. Региональные торговые соглашения и ВТО.

Тема 12. Европейская экономическая интеграция

Эволюция экономической интеграции ЕС от таможенного союза к формированию единого экономического, валютного и политического союзов.

Экономический и валютный союз ЕС: эволюция концепции, правовые основы и этапы создания. Маастрихтские критерии. Единый внутренний рынок ЕС: цели, направления и результаты создания. Единая сельскохозяйственная политика ЕС: цели, принципы, механизм функционирования. Реформы ЕСХП. Современный этап европейской интеграции: основные тенденции и проблемы. Brexit и его последствия для дальнейшего развития европейской интеграции.

Тема 13. Интеграционные процессы в Северной Америке и Латинской Америке

Североамериканская зона свободной торговли (НАФТА) и её модификация. Преимущества и издержки участия в НАФТА для стран-членов. Новое торговое соглашение между США, Канадой и Мексикой (ЮСМКА): цели, основные положения и отличия от НАФТА. Интеграционные процессы в Латинской Америке: ведущие интеграционные объединения, особенности и проблемы функционирования. АЛБА и Тихоокеанский альянс, Союз южноамериканских наций (ЮНАСУР) и Форум для развития Южной Америки (ПРОСУР) как новые интеграционные объединения. МЕРКОСУР: цели учреждения, основные направления деятельности, достигнутые результаты.

Тема 14. Интеграционные процессы в АТР. Интеграционные процессы в Африке и на Ближнем Востоке

Форум АТЭС: цели и направления деятельности. Организационная структура. Страны-участницы. Основные решения, принятые на саммитах АТЭС. Формирование зоны свободной торговли в рамках АТЭС. Проект ФТААП и инструменты его реализации. АСЕАН: цели создания. Интеграционные процессы в рамках АСЕАН в 2000-е гг. АФТА и результаты ее влияния на взаимные экономические связи. АСЕАНовское сообщество: цели, направления и результаты формирования. Интеграционные процессы в Восточной Азии: модели и позиции сторон. Восточноазиатский саммит и его роль в формировании Восточноазиатского сообщества. Особенности интеграционных процессов в Африке. Ведущие интеграционные объединения. Африканское континентальное соглашение о свободной торговле. Восточноафриканское сообщество. Интеграционные процессы в арабском мире. Панарабская зона свободной торговли. Совет сотрудничества арабских государств Персидского залива (ССАГПЗ).

Тема 15. Интеграционные процессы на постсоветском пространстве

Интеграционные объединения на постсоветском пространстве и результаты их функционирования. Таможенный союз России, Беларуси и Казахстана: цели и направления формирования. Единое экономическое пространство. Договор о Евразийском экономическом союзе и направления формирования ЕАЭС, достигнутые результаты. Влияние на экономику и внешнеэкономические связи стран-членов.

Тема 16. Деятельность международных экономических организаций

Глобальное экономическое регулирование. Классификация международных экономических организаций. Международные финансовые организации: Международный валютный фонд, Группа Всемирного банка, Банк международных расчетов, Совет по финансовой стабильности. Международные торговые организации: ВТО, ЮНКТАД. Прочие международные экономические организации: ЮНИДО, ФАО, ВОИС, МОТ, региональные банки развития.

РАЗДЕЛ XIV. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И PR-КАМПАНИИ

Тема 1. Основы PR. Что такое PR?

Предмет связей с общественностью в современном менеджменте. Определение PR. PR как коммуникация. Основные задачи, решаемые средствами PR в менеджменте. Отличия PR от маркетинга и HR. Понятия имиджа, репутации, паблисити, общественности, общественного мнения. Основные направления PR.

Тема 2. Специфика современных масс-медиа

Типология современных масс-медиа. Характерные особенности и задачи телевидения, радио, газет, интернет-медиа. Структура масс-медиа, основные позиции и задачи сотрудников в структуре масс-медиа. Национальная специфика рынка масс-медиа и их работы в различных странах

Тема 3. Планирование PR

Корпоративная репутация/этика. Стратегия и постановка целей. Планирование PR: общественность, целевые сообщения и СМИ. Стратегия. Тактика. Модель PESO.

Тема 4. Антикризисное управление

Сущность, предмет и объект антикризисного пиара. Сущность и виды кризисов организации. Базовые функции и методы антикризисного пр. Кейсы и реальные примеры.

Тема 5. PR-тренды

PR-тренды и менеджмент (вызовы). Аналитика и факты. Метавселенные. Комьюнити. Подкасты. Личный бренд. Каналы продвижения.

Тема 6. Разработка PR-стратегии

Этапы PR-стратегии: аналитический, организационный, этап реализации, оценка эффективности. Разработка стратегии: целевая аудитория, анализ конкурентов, позиционирование, ключевые сообщения, каналы коммуникации. Количественные показатели оценки эффективности PR-стратегии. Качественные показатели оценки эффективности PR-стратегии. Показатели эффективности digital-коммуникаций.

Тема 7. Международный, корпоративный и политический PR

Работа на международном уровне над имиджем компании. Баланс местного и международного. Системы отчетности и бюджетирования. Имидж компании. Как корпоративный PR помогает заработать конкурентное преимущество. Инструменты корпоративного PR. Инструменты лоббирования: как компании продвигают свой бренд на политической арене. Инструменты лоббирования.

РАЗДЕЛ XV. ОСНОВЫ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

Тема 1. Международный бизнес, его особенности и формы

Сущность международного бизнеса и его роль в современной мировой экономике. Условия и предпосылки международной предпринимательской деятельности.

Направления влияния глобализации на международный бизнес. Признаки и особенности организации международной предпринимательской деятельности. Участие российских компаний в международном бизнесе.

Соотношение национального и международного в бизнесе. Субъекты и объекты международной предпринимательской деятельности. Международный бизнес в условиях глобализации. Интернационализация, регионализация, международная экономическая интеграция как ведущие тенденции в развитии международного бизнеса. Особенности международной деятельности фирмы. Формы международного бизнеса. Факторы, учитываемые при выборе форм международного бизнеса.

Тема 2. Правовая среда международного бизнеса

Правовая среда, различия в правовых системах. Особенности ведения бизнеса в условиях обычного, гражданского и теократического права. Законы, ориентированные на внутренний рынок. Законы, непосредственно регулирующие международные деловые операции. Законы, направленные против иностранных компаний.

Влияние форм правления на ведение международной бизнес-деятельности. Учет политических рисков.

Тема 3. Международный бизнес и эволюция глобальной деловой среды

Основные черты Экономики 4.0. Технологические изменения и прорывные технологии. Влияние на состав, направления деятельности и отраслевую структуру международных компаний. Информация как фактор производства. Глобальная цифровизация и монетизация информации. Революция виртуальных платформ. Человеческая глобализация. Новые формы экономики: экономика совместного потребления. Нестабильность экономической и политической среды. Феномен-VUCA; «черные лебеди» и «джокеры». Новая глобализация.

Тема 4. Предприятия в международном бизнесе

Классификация предприятий по собственности и организационно-правовой форме. Индивидуальные предприятия, товарищества (партнерства), акционерные общества, их возможности в среде международного бизнеса.

Эволюция акционерных обществ. Возникновение и развитие транснациональных корпораций (ТНК).

Роль ТНК по основным показателям (капитализация, оборот, прибыль, занятость, индекс транснационализации), рейтинги ТНК.

Исторические и современные формы ТНК, пути их развития.

Тема 5. Мир международной компании: вопросы мотивации и организации

Философия, миссия и видение. Цели и задачи международных компаний. Ресурсы и компетенции. Лидерство и корпоративная культура. Организации и структуры. Процессы и процедуры. Менеджмент международных компаний. Основные функции менеджмента. Факторы формирования гибких форм управления (Agile и другие). Маркетинг как интегрирующая функция менеджмента международных компаний. Управление производством, цепочками поставок и логистикой. Управление финансами. Управление информацией. Управление талантами в международных компаниях. Проблемы безопасности и соответствия (compliance).

Тема 6. Управление международным бизнесом

Международный бизнес как управляемый процесс. Отличительные признаки управления международной бизнес-деятельностью. Национальная

специфика и международные особенности управления международным предпринимательством.

Корпоративный менеджмент и его инструменты. Государственные органы в системе механизма управления международным предпринимательством.

Международные услуги в области управления бизнесом. Виды межгосударственного регулирования международным бизнесом. Направления совершенствования механизма управления международным предпринимательством.

Практика управления международным бизнесом ведущих стран и международных организаций.

Тема 7. Особенности ведения бизнеса в различных странах и регионах

Деловая среда современного мира: общее и особенное. Факторы и оценка инвестиционной привлекательности различных стран. Роль деловой культуры. Модели управления компаниями изучаемых стран: Восток против Запада или конвергенция. Анализ кейсов ведущих компаний изучаемых стран. Анализ кейсов ведущих компаний изучаемых стран.

4.3. Фонд оценочных средств для проведения государственного экзамена по направлению подготовки

4.3.1. Паспорт фонда оценочных средств

1) Перечень компетенций с указанием результатов их освоения

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или ее части) и ее формулировка	Наименование оценочного средства
1	Раздел I. Основы бизнеса, маркетинга и этики современных креативных индустрий	ИУК-2.1; ИУК-2.2; ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-4.1	Ответ на экзамене Устный ответ Решение практических задач
2	Раздел II. Экономическая среда бизнеса в сфере креативных индустрий	ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-2.1; ИОПК-3.1; ИОПК-3.3; ИОПК-4.1; ИОПК-4.3	Ответ на экзамене Устный ответ Решение практических задач

3	Раздел III. Фундаментальные принципы маркетинга	ИПК-1.1; ИПК-1.2; ИУК-2.1; ИУК-3.1	Ответ на экзамене Устный ответ Решение практических задач
4	Раздел IV. Проектный практикум в сфере креативных индустрий	ИПК-1.3; ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-2.3; ИПК-2.4; ИЦК-4.2; ИЦК-4.3	Ответ на экзамене Устный ответ Решение практических задач
5	Раздел V. Предпринимательство. Стартапы и венчурное финансирование	ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИУК-2.2; ИУК-3.1; ИУК-3.2; ИУК-6.1; ИУК-6.2; ИУК-10.2; ИЦК-4.3	Ответ на экзамене Устный ответ Решение практических задач
6	Раздел VI. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	ИПК-1.1; ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-1.4; ИПК-4.2; ИПК-4.3; ИЦК-2.2; ИЦК-2.3	Ответ на экзамене Устный ответ Решение практических задач
7	Раздел VII. Креативная экономика	ИПК-2.3; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИЦК-6.2	Ответ на экзамене Устный ответ Решение практических задач
8	Раздел VIII. Стратегический маркетинг и планирование в сфере креативных индустрий	ИПК-1.1; ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-1.4; ИЦК-2.3; ИЦК-5.1	Ответ на экзамене Устный ответ Решение практических задач

9	Раздел IX. Управление человеческими ресурсами в креативной индустрии	ИПК-2.2; ИПК-2.4; ИУК-3.1; ИУК-3.2	Ответ на экзамене Устный ответ Решение практических задач
10	Раздел X. Принятие управленческих решений в сфере креативных индустрий	ИПК-1.1; ИПК-2.2; ИПК-2.3; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИУК-1.3; ИУК-10.2; ИЦК-5.3	Ответ на экзамене Устный ответ Решение практических задач
11	Раздел XI. Продюсирование и маркетинг проектов в креативных индустриях	ИПК-2.2; ИПК-2.3; ИПК-2.4; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИЦК-5.3	Ответ на экзамене Устный ответ Решение практических задач
12	Раздел XII. Мировая экономика	ИУК-10.1; ИУК-10.2; ИУК-10.3; ИДОПК-2.1; ИДОПК-2.2; ИДОПК-2.3; ИДОПК-4.1; ИДОПК-4.2; ИДОПК-4.3; ИДОПК-5.1; ИДОПК-5.2; ИДОПК-5.3; ИДОПК-6.1; ИДОПК-6.2; ИДОПК-6.3; ИДОПК-7 .2; ИДОПК-7 .3	Ответ на экзамене Устный ответ Решение практических задач
13	Раздел XIII. Международные экономические отношения	ИУК-10.1; ИДОПК-2.1; ИДОПК-2.2; ИДОПК-2.3; ИДОПК-5.1; ИДОПК-5.2; ИДОПК-5.3; ИДОПК-6.1; ИДОПК-6.2; ИДОПК-6.3; ИДОПК-10.1; ИДОПК-10.2; ИДОПК-10.3	Ответ на экзамене Устный ответ Решение практических задач
14	Раздел XIV. Связи с общественностью и ПР-кампании	ИПК-2.1; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИЦК-6.2	Ответ на экзамене Устный ответ Решение практических задач

15	Раздел XV. Основы международного бизнеса	ИПК-4.1; ИУК-1.1; ИУК-2.1; ИУК-5.2	Ответ на экзамене Устный ответ Решение практических задач
----	--	---------------------------------------	---

4.4. Описание показателей и критериев оценивания компетенций в ходе проведения государственной итоговой аттестации.

№/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1.	Устный ответ	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения первого и второго вопросов экзаменационного билета.	Перечень вопросов к государственному экзамену
2.	Решение практических задач	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Практические задачи, описывающих предметную область направления 38.03.02 Менеджмент

Общий критерий оценки ответов на экзамене	A (90-100%)	Ответ полностью отвечает целям/задачам обучения по данной программе
	B (82-89%)	Ответ в целом отвечает целям/задачам обучения по данной программе, однако имеет отдельные неточности
	C (75-81%)	Ответ в основном отвечает целям/задачам обучения по данной программе, однако носит конспективный характер, студент затрудняется с ответами на уточняющие вопросы
	D (67-74%)	Работа (письменный ответ) отвечает отдельным целям/задачам обучения по данной программе, однако имеет серьезные недостатки в отношении остальных целей/задач

	E (60-67%)	Ответ не отвечает большинству или всем целям/задачам обучения по данной программе
	F (менее 60%)	Ответ совершенно не соответствует/противоречит целям по данной программе; и/или не достигла их
Устный ответ	A (90-100%)	Самостоятельное и оригинальное осмысление материала; ясное и убедительное рассуждение; мощный и убедительный анализ
	B (82-89%)	Четкость логики и анализа, некоторая оригинальность в осмыслении материала, в целом ответ хорошо аргументирован и убедителен
	C (75-81%)	Удовлетворительные построение и анализ при отсутствии оригинальности или критического осмысления материала
	D (67-74%)	Логика слабая, оригинальность отсутствует и/или материал недостаточно критически осмыслен
	E (60-67%)	Логика крайне слабая, отсутствует или неадекватна выбранной теме
	F (менее 60%)	Ответ совершенно не соответствует/противоречит целям по данной программе; и/или не достигла их
Решение практических задач	A (90-100%)	Умелая организация решения практической задачи.. Отличное знание и применение основных подходов к решению задач в предметной области направления 38.03.02 «Менеджмент». Получен правильный ответ на практическое задание
	B (82-89%)	Материал разумно отобран; продемонстрировано знание нормативной базы. Умелая организация решения практической задачи. Хорошее знание и применение основных подходов к решению задач в предметной области направления 38.03.02 «Менеджмент»
	C (75-81%)	Материал разумно отобран. Были допущены ошибки при ответе на заданный вопрос. Умелая организация решения практической задачи. Хорошее знание и применение основных подходов к решению задач в предметной области направления 38.03.02 «Менеджмент». Получен неправильный ответ на практическое задание, который был обучающимся доработан до правильного результата в ходе беседы с экзаменационной комиссией

	D (67-74%)	Продемонстрировано частичное знание предметной области, не всегда дается верное объяснение на заданный вопрос. Посредственное знание и применение основных подходов к решению задач в предметной области направления 38.03.02 «Менеджмент». Получен неправильный ответ на практическое задание, который был обучающимся доработан до правильного результата в ходе беседы с экзаменационной комиссией.
	E (60-67%)	Умелая организация решения практической задачи. Отличное знание и применение основных подходов к решению задач в предметной области направления 38.03.02 «Менеджмент». Получен правильный ответ на практическое задание
	F (менее 60%)	Материал разумно отобран; продемонстрировано знание нормативной базы. Умелая организация решения практической задачи. Хорошее знание и применение основных подходов к решению задач в предметной области направления 38.03.02 «Менеджмент»
Общие умения	A (90-100%)	Проявлено абсолютно уместное и точное применение широкого спектра общих умений, предусмотренных данным курсом и заданием
	B (82-89%)	Проявлено владение достаточно широким спектром соответствующих умений
	C (75-81%)	Проявлено удовлетворительное владение спектром соответствующих умений
	D (67-74%)	Использованы отдельные общие умения; они применяются слабо или неадекватно
	E (60-67%)	Работа показывает недостаточную компетентность в области общих умений; крайне слабая работа
	F (менее 60%)	Продемонстрировано недостаточное освоение компетенций в области общих умений; крайне слабая доказательная и аргументационная политика

Протоколы государственного экзамена утверждаются председателем ГЭК, помещаются в специальный прошитый, пронумерованный и скрепленный печатью журнал, хранятся в деканате с последующей сдачей в архив университета.

В период подготовки к экзамену для студентов должны быть проведены необходимые консультации по дисциплинам, вошедшим в программу государственного экзамена, а также обзорные лекции.

Типовые задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков в ходе проведения государственной итоговой аттестации

4.5. Примерные экзаменационные вопросы к государственному экзамену по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент:

1. Долгосрочное и стратегическое планирование. Стратегические и оперативные решения в управлении организацией.
2. Оценка конкурентного статуса фирмы
3. Методика построения матрицы SWOT
4. Матрица угроз и возможностей в рамках матрицы SWOT - особенности построения
5. Модель 5 конкурентных сил Портера
6. Цепочка добавленной ценности как инструмент стратегического анализа
7. Понятие и структура бренд-платформы
8. Понятие и структура бренд-бука
9. Виды маркетинговых исследований
10. Способы определения выборки в маркетинговых исследованиях
11. Качественные маркетинговые исследования
12. Количественные маркетинговые исследования
13. Фокус-группы - особенности организации и ограничения в применении
14. CJM как инструмент анализа и планирования бренд-коммуникаций
15. Мотивация персонала в розничном бизнесе
16. Понятие и задачи CRM-системы
17. Таргетированная и контекстная реклама - принципы использования
18. Инструменты современного нейромаркетинга
19. Матрица Бостонской консалтинговой группы в стратегическом анализе и матрица - GE/McKinsey - общее и различия
20. Модель стратегического состояния компании (“стратегический куб”)
21. Понятие уникального торгового предложения компании и особенности его формулировки
22. Модель жизненного цикла организации и виды руководителей по И. Адизесу
23. Принципы сегментации целевой аудитории
24. Ассортиментная политика в маркетинге, концепция “нового товара” и жизненного цикла товара
25. Ребрендинг и репозиционирование
26. PR-стратегии - виды и особенности на современном этапе
27. Принципы разработки и реализации PR-кампаний
28. Работа с лидерами мнения - особенности оформления отношений и оценки эффективности
29. Контент-маркетинг и нативная реклама – общее и различия
30. Искусственный интеллект в контент-маркетинге - способы применения и ограничения

31. Современные инструменты digital-marketing
32. Методы анализа внешней среды для целей стратегического анализа
33. Методы анализа внутренней среды для целей стратегического анализа
34. Понятие ценностной карты рынка (market value map) и ее структура
35. Анализ целевого рынка по модели 5С
36. Виды и принципы сегментации потребителей
37. Ценовые стратегии
38. Принципы ценообразования в маркетинге
39. Особенности менеджмента наследия и арт-объектов
40. Принципы разработки и выпуска инновационных товаров
41. Инновационная политика компании
42. PEST-анализ как инструмент стратегического менеджмента
43. Макро- и микро-среда в маркетинге
44. Этические вопросы современного маркетинга
45. Понятие и виды воронок в цифровом маркетинге
46. PESO-модель продвижения и ее применение в цифровом маркетинге
47. Мобильные приложения как инструмент продвижения в цифровом маркетинге
48. Поколенческий анализ в сегментации потребителей
49. Понятие маркетинга 3.0, 4.0 и 5.0 - общее и различия
50. Принципы позиционирования товара в маркетинге
51. Общая характеристика мероприятий для целей event-маркетинга
52. Принципы подготовки и реализации elevator pitch
53. Тенденции маркетинга креативных индустрий на современном этапе
54. Современные рекламные технологии
55. Особенности выстраивания партнерских отношений с агентствами на современном этапе
56. Характеристика и требования к пресс-релизу
57. Брифинг агентства - структура брифа и процесс его презентации
58. Виды потребительских решений в маркетинге
59. Формирование потребительских предпочтений в маркетинге - инструменты взаимодействия
60. Способы создания устойчивого запоминания и повышения узнаваемости товара с точки зрения потребительского поведения

Примеры кейсов:

Кейс 1. Вы - Club Med, сервис уникальных премиальных путешествий по всему миру

Вам необходимо принять решение о том, какие сферы туризма развивать в пандемию. Для этого вы решаете сделать исследование

Кто будет целевой аудиторией этого исследования?

Какое исследование вы сделаете - количественное или качественное?

Какой источник информации выберете - кабинетное или полевое исследование?

Какой метод выборки - вероятностный или невероятностный? Почему?
Опишите выбранный вами метод исследования и дайте характеристику вашей
выборки

100% Обоснуйте

65% **Кейс 2.**

Вы - Эклерная Клер. Вы разрабатываете идеальные варианты подарков и кондитерских корзин к праздникам. Вам необходимо понять предпочтения целевой аудитории и уровень конкуренции на рынке

15% Для этого вы решаете сделать исследование

Кто будет целевой аудиторией этого исследования?

Какое исследование вы сделаете - количественное или качественное?

0.3% Какой источник информации выберете - кабинетное или полевое исследование?

Какой метод выборки - вероятностный или невероятностный? Почему?

0.1% Опишите выбранный вами метод исследования и дайте характеристику вашей выборки

Обоснуйте

0.12% **Кейс 3. Воронка продаж**

Вы продаете товар/ -ры X.

Некоторые маркетинговые бизнес-процессы у вас не оптимизированы. Чтобы понять, «что конкретно», вы составили Воронку digital-маркетинга и обнаружили следующие результаты.

Задание:

1. Определите с командой категорию товара, которая вам интересна
2. Наложите данные воронки продаж на выбранную категорию товара

ВОРОНКА DIGITAL-MАРКЕТИНГА
(как компании привлекают и удерживают клиентов в Интернете)



3. Проанализируйте и разбейте каждый этап воронки на группы “оптимальные” показатели, “недостаточные/плохие показатели”

4. Постройте гипотезы к группе “недостаточные/плохие показатели” и разработайте варианты решения

Кейс 4.

Вы - спортивная школа плавания Swim Rocket. У вас огромное количество пловцов, но вы хотите увеличить продажи за счет интенсификации продаж действующим спортсменам, а также привлечь больше пловцов - думаете развивать корпоративное направление

Для этого вы решаете сделать исследование

Кто будет целевой аудиторией этого исследования?

Какое исследование вы сделаете - количественное или качественное?

Какой источник информации выберете - кабинетное или полевое исследование?

Какой метод выборки - вероятностный или невероятностный? Почему?

Опишите выбранный вами метод исследования и дайте характеристику вашей выборки

Обоснуйте

Кейс 5.

Вы - бренд обуви Jog Dog. У Вас хорошие продажи у оптовиков, в том числе в ЦУМе, но вы понимаете, что ваше позиционирование и маркетинг, в том числе рекламные кампании и имиджевые съемки в Инстаграм ориентированы на одну аудиторию, а продажи реально совершают совсем другие люди. Кажется, что вы зря тратите свой бюджет на знаменитостей и гламурные съемки, в то время как ваши покупатели - мамы с детьми. Вы хотите понять, действительно ли это так и выбрать правильные культурные и другие референсы для продвижения

Вы планируете воплотить ваши решения на практике в зимних активностях в Сочи накануне нового года

Вам нужна быстрая, но точная информация о целевой аудитории

Для этого вы решаете сделать исследование

Кто будет целевой аудиторией этого исследования?

Какое исследование вы сделаете - количественное или качественное?

Какой источник информации выберете - кабинетное или полевое исследование?

Какой метод выборки - вероятностный или невероятностный? Почему?

Опишите выбранный вами метод исследования и дайте характеристику вашей выборки

Обоснуйте

Кейс 6.

Яндекс Лавка запускает под брендом собственной торговой марки (СТМ) «Из Лавки» новую линейку продуктов MilkChic — натуральные кислородные молочные коктейли без сахара, со вкусом яблока, вишни и шоколада.

Основная задача кампании — сформировать знание о новой линейке продуктов, стимулировать первую покупку. Сделать это нужно быстрее, чем конкуренты смогут занять нишу. Бюджет на кампанию запуска 70 млн рублей без НДС.

Задание:

— Какими источниками информации вы будете пользоваться, чтобы определить целевую аудиторию? Опишите целевую аудиторию продукта.

— Определите основные коммуникационные поинты: что мы будем говорить этой аудитории о новом продукте?

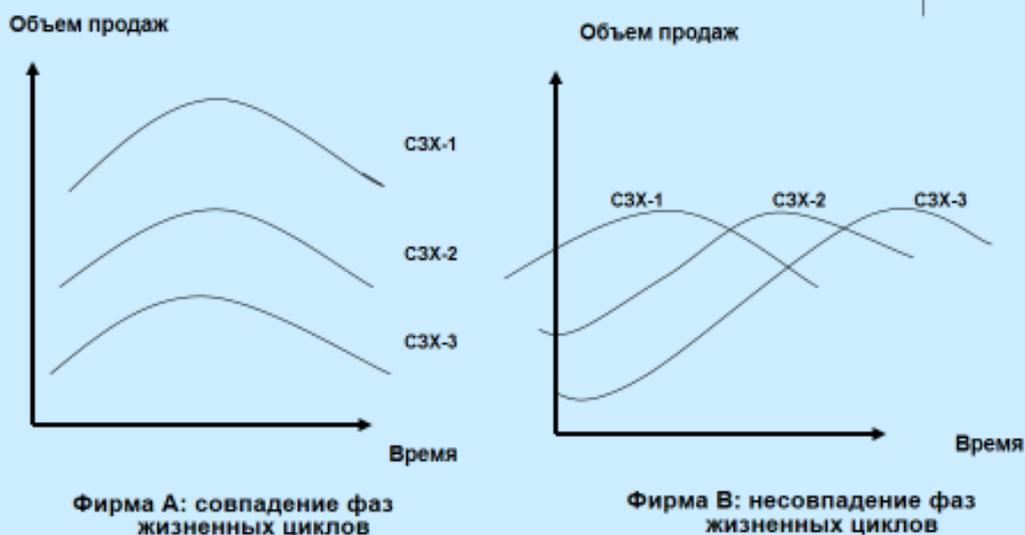
— Сформулируйте ключевые показатели будущей кампании и их KPI. Объясните, как мы поймем, что знание о продукте сформировано.

— Выберите основные каналы коммуникации. Это может быть только диджитал или любые другие: ТВ, радио, наружная реклама, блогеры, спецпроекты и т.д.

— Задайте оптимальный период кампании: период в году и продолжительность. Обоснуйте свой выбор.

Кейс 7.

Наборы стратегических зон хозяйствования



Какая из фирм проводит более грамотную политику балансирования СЗХ? Опишите, что это могут быть за компании. Почему вы выбрали этот продукт и эту фирму?

Кейс 8.

Составьте матрицу угроз на основе данной матрицы SWOT.

	Возможности 1. 2. 3.	Угрозы 1.Рост цен на сырье 2.Появление новых конкурентов 3.Политика местной администрации
Сильные стороны 1.Высокое качество продукции 2.Возможность получения кредитов 3.Квалифицированный персонал 4. Лидерство по издержкам 5. Высокая доля рынка		1 – 1,4,5 Угр-сила 2 – 3,4,5 3 – 2,3 Для стратегии (+) Сила-угр. 1 – 2,3 2 -1,2 3 – 2 4 – 1,2
Слабые стороны 1.Отсутствие стратегических планов 2.Низкий уровень политической составляющей стратегического		1 – 3 Угр-сл. 2 – 2, 3 3 – 2 Для стратегии (-)

Кейс 9.

Составьте матрицу угроз на основе данной матрицы SWOT.

	Возможности 1. 2. 3.	Угрозы 1.Рост цен на сырье 2.Появление новых конкурентов 3.Политика местной администрации
Сильные стороны 1.Высокое качество продукции 2.Возможность получения кредитов 3.Квалифицированный персонал 4. Лидерство по издержкам 5. Высокая доля рынка		1 – 1,4,5 Угр-сила 2 – 3,4,5 3 – 2,3 Для стратегии (+) Сила-угр. 1 – 2,3 2 -1,2 3 – 2 4 – 1,2
Слабые стороны 1.Отсутствие стратегических планов 2.Низкий уровень политической культуры 3.Один поставщик сырья		1 – 3 Угр-сл. 2 – 2, 3 3 – 2 Для стратегии (-) Сл-угр. 1 – 1,2,3 2 – 2, 3 3 – 1, 2

Вы являетесь руководителем функционального(ресурсного) подразделения матричной структуры с более-менее стабильным уровнем загрузки персонала.

Внезапно (то есть это на самом деле форс-мажор, который невозможно было предугадать), вы получаете информацию о 3 равновероятных изменениях в загрузке ваших сотрудников через 3 месяца:

1. Объем работы сократится на треть.
2. Объем работы останется прежним.
3. Объем работы вырастет в полтора раза.

Изменения объема скорее всего приведут к соответствующим колебаниям бюджета (а значит и численности).

Рынка труда для сотрудников данного профиля нет. Аналогичные компании всю сокращают персонал.

Вопрос: Каким образом Вы будете готовить сотрудников к этим новостям (если будете, конечно)?

Кейс 11.

Совещание руководителей тестовых команд завершилось, как обычно, на два часа позже назначенного времени. Что еще можно ожидать, когда собираются пять человек и по телефону пытаются договориться? Леша, один из участников, а по совместительству менеджер новгородской тестовой команды, шел на обед и прокручивал в голове основные моменты митинга.

Час спорили про то, оставлять статус бага “LATER” в Багзилле или нет, потом обсуждали структуру пространства для кода тестовых сьюит. И совсем не осталось времени на обсуждение тестовых скриптов. Дима, главный тестовый менеджер так и сказал напоследок: “Коллеги, не успеваем обсудить тестовые скрипты. Давайте послезавтра?”

По пути на обед попался Иван, тех лид его команды. “О, вот и компания,” – обрадовался Леша и начал жаловаться подчиненному на менеджеров других городов: “Вообще ничего решить с ними не можем! Час, Ваня, час! Обсуждали статус LATER. Атаас... Кстати, не посмотришь, как бы нам обустроить тестовые скрипты?”

На следующий день Иван доложил, что все скрипты написаны, проверены и готовы к использованию. Это он после ужина посидел, пописал... Леша даже не удивился. Иван всегда отличался резкостью вкупе с производительностью. То, что другие делали неделю, он обычно укладывал в два часа.

Леша решил не писать сразу о скриптах, а сначала их хорошенько самостоятельно оттестировать. Чтобы на совещании тестовых менеджеров ненароком так обронить: “Скрипты? А, кстати, мы тут посидели немного, и уже их написали.”

На совещании, однако, случилась неожиданность. Оказалось, что московская команда тоже посидела и тоже написала аналогичные скрипты. Не на bash’е, как Иван, а на perl’е.

Встал вопрос, что делать. Леша до хрипоты спорил с начальником московской команды, убеждая всех, что их скрипты гораздо удобнее, читаемее и легче поддерживаются. Московский начальник приводил свои доводы.

Дима слушал их первые полчаса, после чего сказал: “Нет коллеги, так мы ничего не решим. Давайте сравним ваши скрипты между собой.” Попрошу вас обоих составить список метрик, по которым вы будете их сравнивать и провести сравнение.

Вернувшись с митинга, Леша вызвал к себе Ивана: “Вань, может, ну их? Скрипты же делают одно и то же. Пусть будет их версия?” Ваня, конечно, обиделся: “Леш, а чего ты меня тогда просил их посмотреть? Я что, получается, зря их писал, что ли?”

На метрики и сравнения ушло два дня. По московской версии сравнения – получались лучше московские скрипты, по новгородской версии – новгородские смотрелись гораздо убедительнее.

От такого сравнения Дима пришел в неопишуемую ярость: “Значит так! Я смотрю, и там, и там есть свои плюсы. Ок. Пусть ваши инженеры садятся на телефон и сращивают эти скрипты между собой.”

Началась процедура сращивания...

Вопрос: сколько ошибок сделали участники истории, какие именно и как надо было сделать по- нормальному?

Кейс 12.

У вас классный интернет-магазин, замечательные товары, хорошая репутация и качество. Вы молодцы. Но вы знаете, что хаотично работаете с клиентами, рассылками, рекламным контентом, ценовыми предложениями.

Вы планируете решить данный вопрос и улучшить взаимодействие с вашей базой клиентов. Как вы оптимизируете взаимодействие с вашими клиентами, исходя из таблицы ниже?

Ваш аналитик очень старался и предоставил вам следующие данные:

	Количество клиентов	Средний чек клиента	Частота покупок/мес	Ср.время жизни, мес	Ср.затраты на удержание клиента, мес.	Отток клиенто в
Целевая группа клиентов 1 (текущие)	120 000	1 500 ₺	2	22	700	4%
Целевая группа клиентов 2 (новичок)	35 000	2 500 ₺	1	6	650	8%
Целевая группа клиентов 3 (шопоголки)	45 000	1 000 ₺	4	11	500	5%
Целевая группа клиентов 4 (мертвые)	7 000	1 000 ₺	0,5	2	800	40%

Задание:

1. Какие клиенты для вас будут ключевыми и почему (обоснуйте цифрами, расчетами)?
2. Как исходя из данных выше разработайте систему коммуникаций по каждому из ключевых целевых групп.

Кейс 13.

Вы занимаетесь продажей женской одежды и аксессуаров на крупной мульти-брендовой площадке.

Вы относительно новый бренд и предполагаете, что покупатели вас не очень знают. В то же время, вы не владеете информацией о повторных покупках, и динамика продаж держится на примерно одинаковом уровне. Поставки делаете по мере необходимости. Раз в квартал вы делаете смену коллекции. Старые коллекции остаются в реализации до полной продажи.

Вы можете позволить выделить на продвижение в квартал 750.000 до 1.000.000 рублей (5% от ежеквартального оборота, сюда же включены ваши расходы на скидки).

Площадка предлагает вам инструменты продвижения, перечисленные ниже.

Задание:

1. Выберите оптимальные инструменты продвижения и обоснуйте, почему вы выбрали именно их
2. Составьте action plan с выбранными инструментами на квартал (3 месяца) исходя из условий выше

	Канал продвижения	Стоимость	Охват	CR
1	Баннеры на сайте	150 000 ₹	250 000	1%
2	Баннер в email рассылке, не таргетированно	120 000 ₹	300 000	7%
3	Баннер в email рассылке, таргетированно	250 000 ₹	200 000	14%
4	SMM (1 пост в неделю)	10 000 ₹	80 000	5%
5	Интеграция ваших товаров в LOOKBOOK (не чаще 1 раз в месяц)	50 000 ₹	250 000	3%
6	Вложение подарочных сертификатов в заказы таргетированно	70 000 ₹	40 000	10%

Кейс 14.

На рынке РФ, а также на глобальном рынке, представлена крупная азиатская корпорация ХХХ. Компания производит смартфоны, тв и видеотехнику, фото и видео –камеры, аудиотехнику и игровые приставки.

Основные ценности компании – высокотехнологичные продукты и инновации. Компания в мире и в России входит в ТОП-3 лидеров рынка в своем сегменте. В ценовом позиционировании продукты компании не самые дешевые. Компания не увлекается скидками и делает упор на сервис (гарантийное обслуживание, бесплатная доставка).

Компания продает товары через крупные федеральные электронные ритейлеры (онлайн и оффлайн каналы продаж) и собственный интернет-магазин. Интернет-магазин ХХХ не является основным каналом продаж и больше служит информационным ресурсом, витриной с новинками и ассортиментом. 65% трафика в интернет-магазине является органическим.

Компания формирует диджитал окружение и хочет интегрироваться с релевантными партнерами, обогатить свою базу клиентов как по старым, так и по новым клиентам. Клиенты - это не обязательно покупки. Это так же переходы, просмотры, лайки, комментарии.

Категорийный портфель компании:

	Доля продаж в категории
Смартфоны и телефоны	35%
ТВ и видеотехника	20%
Фото и видео камеры (включая профессиональное оборудование)	20%
Аудиотехника	15%
- Умные и практичные наушники	
- Саундбары для дома	
- Беспроводные акустические системы	
Игровые приставки	10%

Задание:

1. Определите основные лайф-стейджи целевой аудитории
2. Предложите компании-партнеров
3. Продумайте механику партнерства (интересную двум сторонам) и каналы взаимодействия

Кейс 15.

Последние два года Алексей трудился менеджером проекта в небольшой аутсорсинговой компании. Причем все два года работал для одного заказчика, что вообще говоря, не являлось правилом компании. Но тут как-то повезло – заказчик к ним прикипел. Да и релизы ему нужно было штамповать раз в месяц. И команда Алексея успешно с этим справлялась.

В команде работала пара тех лидов – атомные ледоколы, которые, куда скажешь, туда и плывут. Настойчиво, целеустремленно и неумолимо. И была

пара джуниоров, один из которых помогал в разработке GUI, а второй занимался тестированием этого самого GUI.

Второй джуниор (звали его Коля) оказался весьма сообразительным товарищем. Собственно, то, что он стал заниматься тестированием GUI, было обусловлено скорее историческими причинами – он пришел в команду последним.

Коля довольно быстро разобрался с тематикой, в свое свободное время посмотрел средства автоматизации, выбрал Selenium и быстренько автоматизировал 90% тестов. Оставшиеся 10% остались ручными и отнимали у Коли как раз 90% его времени.

Алексей, видя Колину проактивность и резкость в действиях, понимал, что надо парня двигать вперед. Но как это делать – вот этого Алексей не понимал. Точнее, времени не было. Релизы надо было выпускать каждый месяц, а если убрать Колю с тестирования – то что тогда будет? Точно, ничего хорошего не будет. “Но делать с парнем что-то надо, – думал Алексей, – рано или поздно ему все это надоест.”

И действительно, две недели назад, Коля подошел в конце рабочего дня и немного растерянно так спросил: “Леш, а как бы мне сменить характер работы? А то я тут уже все изучил, сделал все, что мог...” Алексей понял, что надо что-то решать, и пообещал Коле, что со следующего релиза переключит его на новую деятельность: “Коль, давай сейчас этот релиз сдадим, чтобы у заказчика никаких проблем не было? А на следующем, я тебе обещаю, переведу тебя на разработку GUI.”

Обнадеженный Коля ушел, и Алексей вернулся к тушению очередного факата. Прошло десять дней, и Алексей внезапно вспомнил, что Колю надо переводить на разработку GUI. Однако, тут возникли проблемы. Изначально Алексей предполагал, что на тестирование он переведет второго джуниора. Но тот встал в глухую оборону, решив, что он в чем-то провинился и его за это хотят сослать в тестирование. Дошло даже до прямых угроз, что “если меня посадят кликать, то я уйду”.

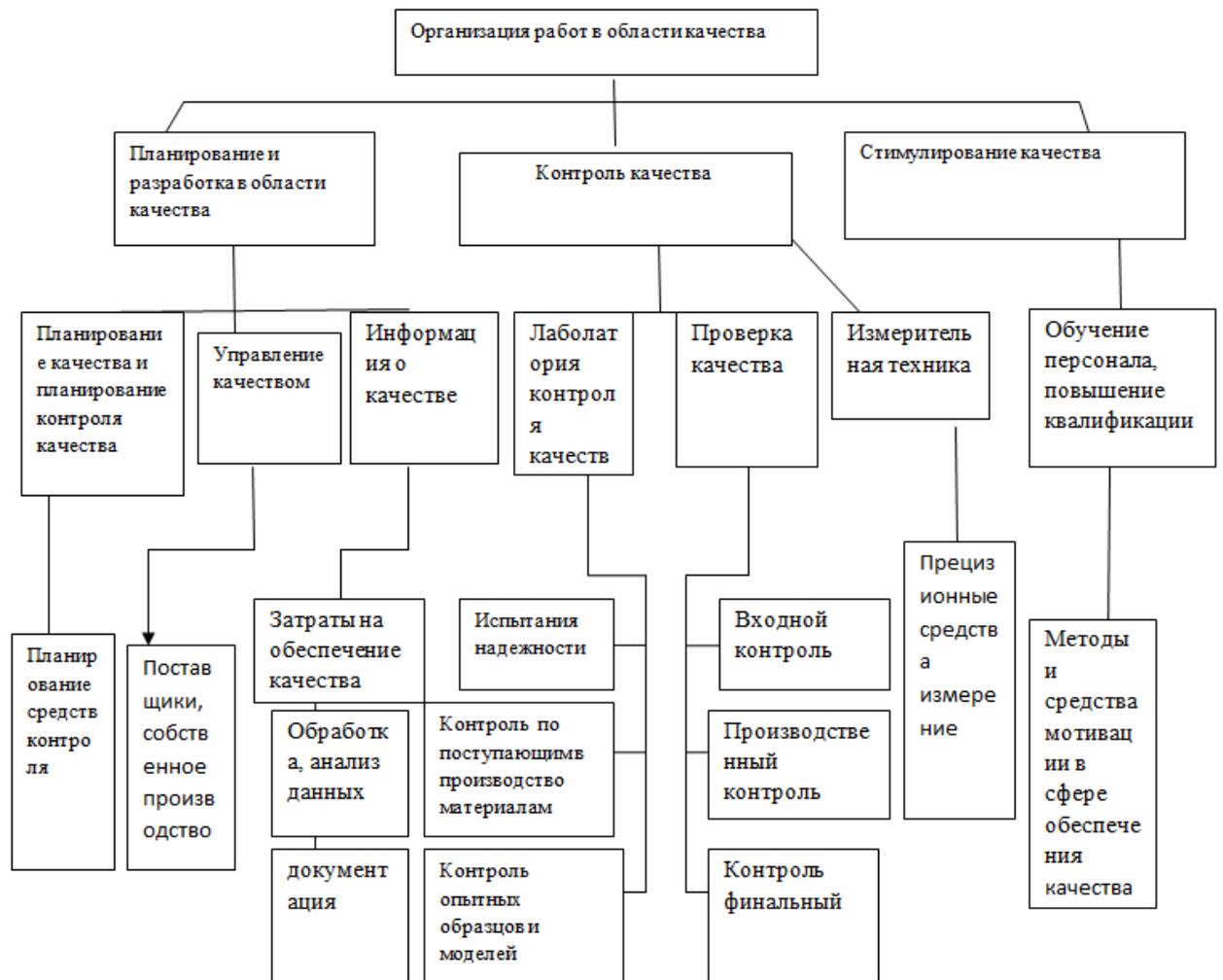
А тут еще и заказчик решил, что следующий релиз ему нужен не через месяц, а через две недели. Стало понятно, что если тестированием в этом релизе будет заниматься не Коля, то качество продукта просядет так, что мама не горюй.

Алексей налил себе кофе и задумался. До встречи с Колей, на которой он должен был объявить ему о новой работе, был еще час. Нужно было что-то придумать...

Вопрос: что сделать Алексею? И как ему избежать подобных проблем в будущем?

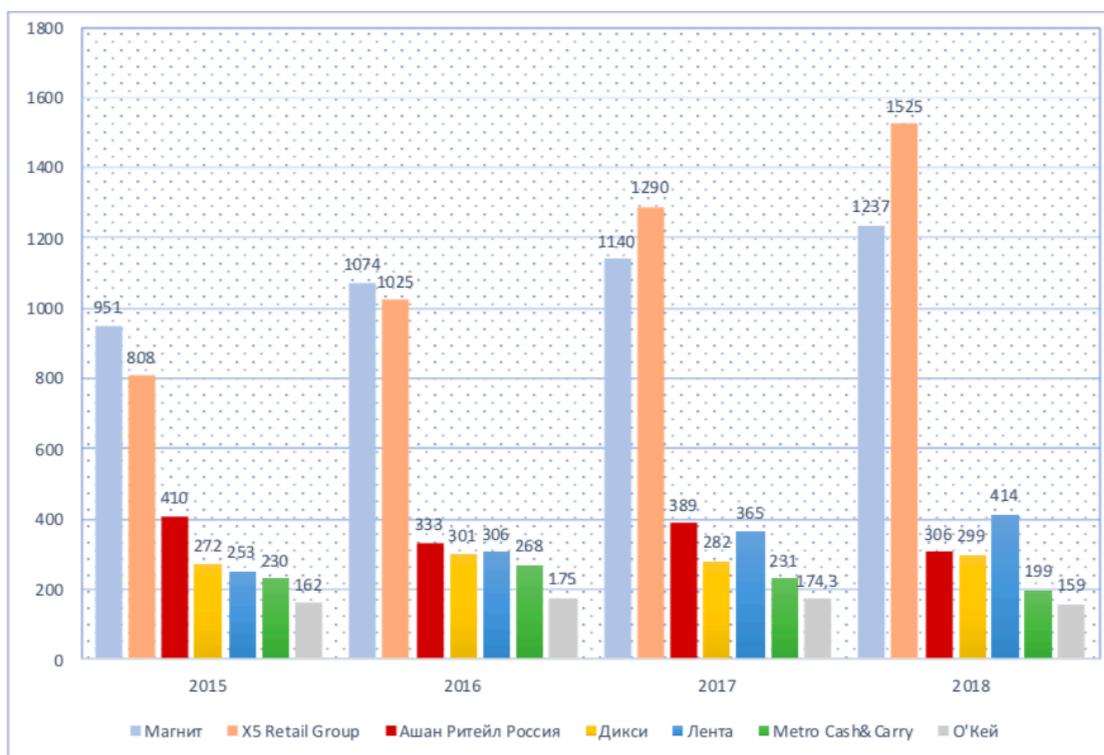
Кейс 16.

Найдите ошибки при построении данного дерева целей, если они есть
Прокомментируйте



Кейс 17.

Таблица 1. Выручка FMCG сетей 2015-2018г. без учета НДС (в млрд руб.).



Вы - представитель Ашан.

Исходя из представленной динамики выручки крупнейших розничных сетей в России, сможете ли вы построить матрицу Бостонской консалтинговой группы? Какие компании войдут в эту матрицу?

Кейс 18.

Прокомментируйте пожалуйста, правильно ли проведена оценка субститутов по модели Портера. Что бы вы добавили/убрали? Как бы вы охарактеризовали уровень конкуренции по такой силе, как наличие товаров-субститутов.

Обзор субститутов клиники “Панорама Мед”

К субститутам медицинских услуг можно отнести самолечение, в том числе с получением рекомендаций от знакомых, фармацевтов, из средств массовой информации и т.п. источников. По данным статистики ВЦИОМ (www.wciom.ru), самолечением занимается каждый третий (33%) россиянин, причем с июля 2006 года доля таких респондентов снижается – с 37%.

Факторами, способствующими распространению самолечения, являются низкая грамотность населения в сфере профилактики заболеваний, а также безрецептурная продажа лекарственных препаратов в аптеках.

Несмотря на распространенность самолечения все больше людей выбирают квалифицированную врачебную помощь. Кроме того, в сфере оказания высокотехнологичных медицинских услуг самолечение в принципе затруднено.

В целом угроза субститутов может быть оценена как низкая (1,5 фактора из 5) с тенденцией к еще большему снижению (таблица 4).

Таблица 4 - Угроза субститутов

Микро-факторы, стимулирующие отток ценности из отрасли к субститутам	Наличие фактора	Динамика
1. Сравнительно более высокий уровень консолидации в отрасли субститутов	нет	уменьшается
2. Высокая значимость отрасли субститутов для потребителей	да	уменьшается
3. Высокая дифференциация субститутных компаний	нет	уменьшается
4. Намерение субститутных компаний интегрироваться в отрасль	нет	без изменений
5. Хорошая информированность субститутных компаний об отрасли	частично	увеличивается

Кейс 19.

В компании, производящей элитные ювелирные изделия возникла сложная ситуация в вопросе грамотной организации интернационального состава сотрудников фирмы. Причиной разногласий является культурные различия между двумя менеджерами по продажам (Елена, Мими) и менеджером по производству (Ольгой). Менеджеры по продажам – представительницы Великобритании и Швеции – целеустремленные, амбициозные сотрудники, стремящиеся к максимизации личных доходов, а зарплату они получают пропорционально количеству выполненных заказов. Они борются за увеличение количества обслуженных клиентов и сокращения времени обслуживания, которое в среднем составляет 8-10 недель, поскольку производство происходит вручную. Время на производство можно сократить до 6 недель, однако неочевидно, что при этом не пострадает качество ручной

работы, поскольку зачастую приходится переделывать отдельные этапы, что и удлиняет процесс производства до пресловутых 8-10 недель.

Менеджеры, отвечающие за продажи, часто жалуются, что производственный цикл может быть сокращен для увеличения продаж и, соответственно, их доходов. Но напрямую обращаться к менеджеру по производству они не могут, поскольку он находится на одинаковом уровне подчинения и не заинтересован в росте объемов производства, так как вместе с другими ювелирами получает фиксированную заработную плату. К тому же административный персонал не владеет испанским языком, поэтому такие вопросы решают через главу фирмы – Антона Хьюниса – на индивидуальной основе.

Менеджер по производству, как и все ювелиры, по национальности испанка и имеет собственные взгляды на режим и оперативность трудовой деятельности. Она не заинтересована в сокращении производственного цикла, исходя из менталитета испанцев. Испанские мастера по своей культурной особенности имеют специфический режим работы с так называемой «сиестой». Изменение этого режима может повлечь массовое недовольство персонала и снизить качество продукции, что негативно отразится на спросе. Получая фиксированную заработную плату и высоко ценя семью и свободное время, которое проводят с ней, ювелиры не готовы работать больше – даже с повышением оплаты труда. Поэтому они всячески пытаются удержать свои сроки производства на текущем уровне. При этом появляется больше клиентов со срочными заказами, интересы которых менеджеры по продажам очень хотят удовлетворить, так как получают проценты от продаж к своей фиксированной заработной плате, а производство откровенно бойкотирует их просьбы и отказывается принимать срочную работу, в результате возникают конфликты.

Как разрешить эту ситуацию менеджеру и где найти компромиссный вариант между производством и продажами?

Стоит ли менять систему мотивации производства? Продаж?

Кейс 20.

Компания « Газпром » переезжает из Москвы в Санкт-Петербург и перевозит всех сотрудников. Многие не готовы переезжать семьями в Санкт-Петербург, но не хотят отказываться от компенсационных бонусов и выгодных условий, в том числе по покупке квартиры на месте, а также не хотят лишиться хорошей работы.

Компания предлагает компенсационные выплаты от 3 до 10 ежемесячных окладов, доплаты за съём квартиры, возможность льготной ипотеки, социальные и др. бонусы

Зарботная плата остается прежней. Большинство москвичей принимают условия компании и занимаются переездом.

При этом москвичи пренебрежительно относятся к жизни в Санкт-Петербурге, постоянно критикуют его темп жизни, отношение

петербуржцев и условия работы в новом временном офисе, пока строится большое здание для компании.

Многие руководители подразделений оформляют себе постоянные командировки в Москву и разного рода поводы как можно больше находиться в Москве и реже приезжать в Санкт-Петербург, при этом зачастую вызывают к себе в командировки и сотрудников своего отдела для обсуждения рабочих вопросов. В результате возрастают расходы на командировки в Москву без особой необходимости, сотрудники вынуждены постоянно ездить.

Обстановка в коллективе также сложная, так как переехавшие, но не принимающие Санкт-Петербург, постоянно вступают в конфликты с коренными петербуржцами, которых наняли вместо тех сотрудников, кто уволился из компании при переезде.

Многие семьи оказались разделены, часть семьи живет в Москве, часть – в Санкт-Петербурге, и это также порождает многочисленные конфликты и ссоры вплоть до угрозы развода.

Конфликты происходят как на базе различного темперамента, так и по причине разногласий «старого» и «нового» состава компании, оказавшегося «не на своих местах», тк «старые» чувствуют себя на новом месте, а «новые» - на своих правах у себя дома. Помимо этого, экономический кризис осложнил возможность получения льготной ипотеки и ряда условных социальных бонусов для москвичей, из-за чего выплаты им откладываются, то есть они вынуждены жить в Петербурге, даже не получив (пока) части им обещанного, так как эти решения были отложены до будущего года.

1. Что необходимо делать руководителям и как избежать пассивного сопротивления переменам в жизни сотрудников ?
2. Как повысить эффективность работы и сократить командировочные расходы ?
3. Как сблизить новых и старых сотрудников ?

Образец экзаменационного билета:

Одинцовский филиал МГИМО МИД России

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, Профиль подготовки «Менеджмент в креативных индустриях»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

к государственному экзамену по направлению подготовки

Вопрос 1. Искусственный интеллект в контент-маркетинге - способы применения и ограничения

Вопрос 2. Современные рекламные технологии

Вопрос 3. Задача: Создание и продвижение нового бренда одежды в сегменте «креативный авангард».

Описание: Компания «Creative Fashion» (CF) планирует выпустить новый бренд одежды под названием «Future Threads» (FT), ориентированный на молодую аудиторию, предпочитающую креативный авангард. FT будет

представлять собой сочетание инновационных материалов, ярких цветов и уникальных дизайнов, отражающих современный стиль жизни и стремление к индивидуальности.

Цель: Разработка и реализация стратегии продвижения нового бренда FT на рынке, обеспечивающей его узнаваемость и рост продаж.

Критерии оценивания компетенций (результатов)

Максимальная оценка 100%, в том числе:

ответ на вопрос № 1 – от 0% до 30%;

ответ на вопрос № 2 – от 0% до 30%;

решение задачи (проблемной ситуации) – от 0% до 40%.

Шкала соответствия оценок:

Оценка по пятибалльной шкале	Рейтинговая оценка, %	Европейская оценка
«Отлично» (5)	90-100 %	A
«Хорошо» (4)	82-89 %	B
	75-81 %	C
«Удовлетворительно» (3)	67-74 %	D
	60-66 %	E
«Неудовлетворительно» (2)	Менее 60 %	F

Экзамен проводится на заключительном этапе учебного процесса, до разработки выпускной квалификационной работы, в устной форме по экзаменационным билетам с обязательным представлением студентом письменных ответов на вопросы билета, заверенных личной подписью экзаменуемого. Каждый экзаменационный билет содержит три вопроса. Экзаменационные билеты утверждаются председателем государственной экзаменационной комиссии.

К сдаче государственного экзамена допускаются студенты, успешно завершившие в полном объеме освоение основной образовательной программы по направлению обучения, т.е. завершившие теоретический курс обучения по учебным планам подготовки бакалавров.

Студенты, допущенные к сдаче государственного экзамена, должны иметь при себе паспорт и зачетную книжку, которую они перед началом государственного экзамена сдают секретарю экзаменационной комиссии.

В процессе подготовки к ответу студентам разрешается пользоваться программой государственного экзамена.

При подготовке к ответу в устной форме студенты делают необходимые записи по каждому вопросу на выданных секретарем экзаменационной комиссии листах бумаги со штампом университета. На подготовку к ответу первому студенту предоставляется до 45 минут, остальные студенты отвечают в порядке очереди.

Результаты государственного экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно» и объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседания экзаменационной комиссии.

Выслушав ответы студента на вопросы экзаменационного билета, члены экзаменационной комиссии с разрешения ее председателя могут задавать студенту дополнительные вопросы, не выходящие за пределы программы государственного экзамена. На ответ студента по билету и вопросы членов комиссии отводится не более 30 минут.

После объявления председателем экзаменационной комиссии окончания опроса экзаменуемого, члены экзаменационной комиссии фиксируют в оценочных листах оценки за ответы на каждый вопрос билета.

По завершении государственного экзамена экзаменационная комиссия на закрытом заседании обсуждает характер ответов каждого студента и выставляет каждому студенту согласованную итоговую оценку.

Итоговая оценка по экзамену сообщается студенту в день сдачи экзамена, выставляется в протокол экзамена и зачетную книжку студента. В протоколе экзамена фиксируются номер и вопросы экзаменационного билета, по которым проводился экзамен. Председатель и члены экзаменационной комиссии расписываются в протоколе и в зачетной книжке.

5. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для подготовки к государственному экзамену по направлению подготовки

а) Официальные документы (в последней редакции):

1. ГОСТ 7.1-2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления
2. ГОСТ Р 7.0.5—2008. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления
3. ГОСТ 7.80-2000. Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления.
4. ГОСТ 7.82-2001. Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления.
5. Гост 7.0.100-2018. Библиографическая запись. Библиографическое описание. М.: Стандартинформ, 2018. – 128 с.
6. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г.
7. Законопроект № 474016-8 О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации

б) Основная учебная литература:

1. GR и лоббизм: теория и технологии: учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 438 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14000-2. — Текст: электронный //

- Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511288>
2. Анашвили, В. В. Экономика культуры: культурные индустрии и эффективное развитие территорий: учебное пособие: [16+] / В. В. Анашвили; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. — Москва: Дело, 2021. — 66 с.: ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694884>
3. Баканов, Е. А. Управление услугами сферы культуры: учебное пособие для вузов / Е. А. Баканов, А. С. Тельманова, Н. М. Трусова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 202 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14442-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496997>
4. Барышева, Т. А. Психология творчества: учебник для вузов / Т. А. Барышева. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 300 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13240-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519285>
5. Горелов, Н. А. Методология научных исследований: учебник и практикум для вузов / Н. А. Горелов, Д. В. Круглов, О. Н. Кораблева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 365 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03635-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489442>
6. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование: учебное пособие для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06590-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515454>
7. Звегинцева, Е. А. Правовые аспекты творческого предпринимательства: практикум кинопродюсера: учебное пособие / Е. А. Звегинцева; Всероссийский государственный институт кинематографии им. С.А. Герасимова (ВГИК). — Москва: Юнити-Дана, 2021. — 305 с. — (Продюсерство). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685822> — Библиогр.: с. 264-265. — ISBN 978-5-238-03530-7. — Текст: электронный.
8. Инновационный маркетинг: учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510978>
9. Казакова, Н. А. Современный стратегический анализ: учебник и практикум для вузов / Н. А. Казакова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 469 с. — (Высшее образование). — ISBN

- 978-5-534-11138-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511185>
10. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16873-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531939>
11. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации: учебник / под ред. А. Я. Кибанова. — 4-е изд., доп. и перераб. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 695 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003671-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1951170>
12. Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебник и практикум для вузов / С. Г. Коленько. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01521-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511453>
13. Кукушкина, В. В. Организация научно-исследовательской работы студентов (магистров): учебное пособие / В. В. Кукушкина. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 264 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-004167-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1157859>
14. Мастерство продюсера кино и телевидения: учебник / под ред. П. К. Огурчикова, В. И. Сидоренко, В. В. Падейского. — Москва: Юнити-Дана, 2017. — 860 с.: табл., граф., ил, схемы — (Медиаобразование). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684887>— Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-238-01329-9. — Текст : электронный.
15. Методы принятия управленческих решений: учебное пособие для вузов / П. В. Иванов [и др.]; под редакцией П. В. Иванова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16409-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530956>
16. Мкртычян, Г. А. Принятие управленческих решений: учебник и практикум для вузов / Г. А. Мкртычян, Н. Г. Шубнякова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 140 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13827-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519760>
17. Одегов, Ю. Г. Управление персоналом: учебник и практикум для вузов / Ю. Г. Одегов, Г. Г. Руденко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 445 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11503-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531529>
18. Олешко, В. Ф. Психология журналистики: учебник и практикум для вузов / В. Ф. Олешко. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 351 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00613-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511295>

19. Основы продюсерства: аудиовизуальная сфера: учебник / В. В. Арсеньев, И. Д. Барский, А. Л. Богданов [и др.]; под ред. Г. П. Иванова, П. К. Огурчикова, В. И. Сидоренко. — Москва: Юнити-Дана, 2017. — 720 с.: ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684549>. — ISBN 5-238-00479-6. — Текст: электронный.

20. Основы социального предпринимательства: учебное пособие для вузов / Е. М. Белый [и др.]; под редакцией Е. М. Белого. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 178 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11579-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518446>

21. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. — 18-е изд., стер. — Москва: Дашков и К°, 2022. — 538 с.: ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684499>

22. Поляков, Н. А. Управление инновационными проектами: учебник и практикум для вузов / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15534-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511434>

23. Развитие творческого потенциала личности в образовательном процессе: практическое пособие / О. В. Коршунова [и др.]; ответственные редакторы О. В. Коршунова, О. Г. Селиванова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 319 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-12678-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518805>

24. Райзберг, Б. А. Диссертация и ученая степень: научно-практическое пособие / Б. А. Райзберг. — 11-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 253 с. — (Менеджмент в науке). - ISBN 978-5-16-017457-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1854922>

25. Розанова, Н. М. Экономика для менеджеров. В 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / Н. М. Розанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 234 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00173-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512175>

26. Розанова, Н. М. Экономика для менеджеров. В 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для вузов / Н. М. Розанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00174-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513870>

27. Рязанова, О. Е., Креативная экономика: учебное пособие / О. Е. Рязанова, Л. С. Леонтьева, Л. Н. Орлова, В. П. Золотарева. — Москва: КноРус, 2022. — 133 с. — ISBN 978-5-406-09201-9. — URL: <https://book.ru/book/943017> — Текст: электронный.
28. Синяева, И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938>
29. Управление персоналом: учебник и практикум для вузов / А. А. Литвинюк [и др.]; под редакцией А. А. Литвинюка. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 461 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14697-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510735>
30. Финансы некоммерческих организаций: учебник и практикум для вузов / И. В. Ишина [и др.]; под редакцией И. В. Ишиной. — 3-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 330 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-13656-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/478019>

б) Дополнительная учебная литература:

1. Аликперов, И. М. Фандрайзинг в креативных индустриях: учебное пособие: / И. М. Аликперов. — 2-е изд. — Москва: Директ-Медиа, 2023. — 152 с.: ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697144> — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-4499-3434-5. — Текст: электронный.
2. Баканов, Е. А. Управление услугами сферы культуры: учебное пособие для вузов / Е. А. Баканов, А. С. Тельманова, Н. М. Трусова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 202 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14442-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496997>
3. Бенасси, Ж. Макроэкономическая теория: учебник / Ж. Бенасси; под науч. ред. М. И. Левина; пер. с англ. И. М. Агеевой, М. И. Левина ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. — Москва: Дело, 2022. — 592 с.: ил. — (Академический учебник). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694870>
4. Бердяев, Н. А. Смысл творчества: опыт оправдания человека / Н. А. Бердяев. — Москва: Директ-Медиа, 2008. — 422 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=42180>
5. Божук С.Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С.Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. —

304 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490827>

6. Бойцова, Е. Ю. Микроэкономика и макроэкономика: актуальные проблемы: учебник и практикум для вузов / Е. Ю. Бойцова, Н. К. Вошикова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15458-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517944>

7. Горелов, Н. А. Управление человеческими ресурсами: современный подход: учебник и практикум для вузов / Н. А. Горелов, Д. В. Круглов, О. Н. Мельников; под редакцией Н. А. Горелова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 270 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00650-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512228>

8. Дементьева А.Г. Современная практика управления персоналом в российских и зарубежных компаниях [Текст]: Учебник/ А.Г. Дементьева, М.И. Соколова; МГИМО (У) МИД России. - М.: Магистр, 2017. – 606 с.

9. Дубровин, И. А. Поведение потребителей: учебное пособие / И. А. Дубровин. — 4-е изд. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 310 с. - ISBN 978-5-394-01475-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093183>

10. Звегинцева, Е. А. Правовые аспекты творческого предпринимательства: практикум кинопродюсера: учебное пособие / Е. А. Звегинцева; Всероссийский государственный институт кинематографии им. С. А. Герасимова (ВГИК). – Москва: Юнити-Дана, 2021. – 305 с. – (Продюсерство). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685822>

11. Инновационный маркетинг: учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510978>

12. Каменец, А. В. Основы культурно-досуговой деятельности: учебник для вузов / А. В. Каменец, И. А. Урмина, Г. В. Заярская; под научной редакцией А. В. Каменца. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06403-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513760>

13. Карташова, Л. В. Управление человеческими ресурсами: учебник / Л.В. Карташова. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 235 с. — (Учебники для программы MBA). - ISBN 978-5-16-002196-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1915461>

14. Кибальченко, И. А. Психология креативности, одаренности и гениальности: учебник: [16+] / И. А. Кибальченко, Т. В. Эксакусто ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Южный федеральный

университет, 2021. – 239 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691296>

15. Кибанов, А.Я., Управление персоналом организации: актуальные технологии найма, адаптации и аттестации: учебное пособие / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. — Москва: КноРус, 2022. — 358 с. — ISBN 978-5-406-09992-6. — URL:<https://book.ru/book/944594>

16. Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебник и практикум для вузов / С. Г. Коленько. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01521-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511453>

17. Коноплева, Н. А. Сервис в современной культуре: учебное пособие: [16+] / Н. А. Коноплева. – Электронная версия печатного издания. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 334 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574375>

18. Кузьменко, Н. П. Разработка рекламной кампании торговой сети и оценка ее эффективности: практическое пособие / Н. П. Кузьменко. – Москва: Лаборатория книги, 2011. – 144 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142008>

19. Курумчина, А. Э. Социокультурные коммуникации. Проекты социальных трансформаций и всемирные выставки: учебное пособие для вузов / А. Э. Курумчина. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 119 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10770-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517273>

20. Макроэкономика для управленческих специальностей: учебник и практикум для вузов / Г. А. Родина [и др.]; под редакцией Г. А. Родиной. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 471 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13912-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510781>

21. Маркетинг территорий: учебник для вузов / А. А. Угрюмова [и др.]; под общей редакцией А. А. Угрюмовой, М. В. Савельевой, Е. В. Ерохиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 446 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14967-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515029>

22. Маркетинг территорий: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511043>

23. Маслоу, А. Г. Новые рубежи человеческой природы: Научное / Маслоу А.Г., Балл Г.А., Попогребский А.П., - 2-е изд. - Москва: Альпина нон-фикшн,

2016. - 496 с. ISBN 978-5-91671-116-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/915444>
24. Намаконов, И. М. Креативность: 31 способ заставить мозг работать / Игорь Намаконов. - Москва: Альпина Паблишер, 2019. - 264 с. - (4К—навыки будущего). - ISBN 978-5-96142-638-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078519>
25. Общая психология. В 7 т. [Текст]: учебник. Т. 2. Гусев А. Н. Ощущение и восприятие / А. Н. Гусев; Под ред. Б. С. Братуся; Мин. обр. РФ для студ. вузов, обуч. по направл. Психология. - М.: Академия, 2007, 2009. - 416 с. - ISBN 978-5-7695-3361-7(Т.2). - ISBN 978-5-7695-3817-9:
26. Основы инновационной деятельности: учебник для среднего профессионального образования / С. В. Мальцева [и др.]; ответственный редактор С. В. Мальцева. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 527 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12095-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518737>
27. Пронин, А. А. Правовое регулирование в сфере культуры: учебник для вузов / А. А. Пронин. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 169 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14760-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520286>
28. Пугачев, В. П. Управление персоналом организации: учебник и практикум для вузов / В. П. Пугачев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 402 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08905-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516031>
29. Система 4К: коммуникация, критическое мышление, креативность, командная работа: практикум: [16+] / Е. Н. Агапова, П. А. Бавина, А. П. Панфилова [и др.]; Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена. – Санкт-Петербург: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена (РГПУ), 2022. – 252 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691549>
30. Современная практическая психология в обеспечении ресурсов самореализации личности / Ю. В. Обухова, Е. В. Зинченко, Е. В. Белова, И. В. Афанасенко; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2016. – 305 с.: схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493318>
31. Теплова, Т. В. Инвестиции в 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для вузов / Т. В. Теплова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 382 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01820-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512509>

32. Ткаченко, Н. В. Креативная реклама: технологии проектирования: учебное пособие / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко; под ред. Л. М. Дмитриевой. – Москва: Юнити-Дана, 2017. – 336 с. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684529>
33. Турчаева, И. Н. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски: учебник и практикум для вузов / И. Н. Турчаева, Я. Ю. Таенчук. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 215 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15778-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509684>
34. Тюрин, П. Т. П-DESIGN: введение в психологию дизайнерского творчества: [16+] / П. Т. Тюрин. – Москва: ФЛИНТА, 2020. – 136 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611210>
35. Управление конкурентоспособностью: учебник для вузов / Е. А. Горбашко [и др.]; под редакцией Е. А. Горбашко, И. А. Максимцева. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 407 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13922-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510772>
36. Управление человеческими ресурсами в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / С. А. Барков [и др.]; под редакцией С. А. Баркова, В. И. Зубкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 183 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7303-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511489>
37. Управление человеческими ресурсами в 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для вузов / С. А. Барков [и др.]; ответственные редакторы С. А. Барков, В. И. Зубков. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 245 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7304-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512623>
38. Управление человеческими ресурсами: учебник и практикум для вузов / О. А. Лапшова [и др.]; под общей редакцией О. А. Лапшовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 406 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8761-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511328>
39. Управление человеческими ресурсами: учебник для вузов / И. А. Максимцев [и др.]; под редакцией И. А. Максимцева, Н. А. Горелова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 467 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-99951-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510775>
40. Феденева И.Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие для вузов / И.Н. Феденева, В.П. Нехорошков,

Л.К. Комарова; ответственный редактор В.П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 205 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491576>

41. Фромм, Э. Искусство любить [Текст]: Пер. с англ. / Э. Фромм ; Под ред. Д. А. Леонтьева. - 2-е изд. - СПб.: Азбука-классика, 2005. - 224 с. - ISBN 5-352-00758-8:

42. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации: учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520372>

43. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. — Москва: Директ-Медиа, 2022. — 185 с.: ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507> (дата обращения: 13.03.2023). — Библиогр.: с. 174. — ISBN 978-5-4499-3059-0. — Текст: электронный.

44. Экономика предприятия: учебник и практикум для вузов / А. В. Колышкин [и др.]; под редакцией А. В. Колышкина, С. А. Смирнова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 479 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15122-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511211>

в) Литература для факультативного чтения:

1. Атлас креативных индустрий. \ Т. Журавлёва, И. Токарев, О. Гай. Агентство стратегических инициатив, 2021\ Режим доступа: свободный. — URL:

<https://urban.ranepa.ru/spetsialnaya-literatura/kreativnaya-ekonomika-kreativnye-industrii-i-klastery/atlas-kreativnykh-industriy-rossiyskoy-federatsii/> — Текст: электронный

2. Баскина Т.В. Техники успешного рекрутмента / Т.В. Баскина. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 211 с.// <http://znanium.com/catalog/product/925551>.

3. Беднов С. С. и др. Краткий словарь терминов и ключевых понятий ивент индустрии. Выставочно-конгрессные центры. http://rnc-consult.ru/netcat_files/userfiles/docs/KratkijSlovarTerminov2020.pdf

4. Боярский А.И. Хедхантеры [Электронный ресурс] / А.И. Боярский. - М.: КНОРУС; ЦИПСИР, 2011. - 336 с. - ISBN 978-5-406-01298-7.: <http://znanium.com/catalog/product/521993>.

5. Грибов, В. Д. Управленческая деятельность: учебник и практикум для вузов / В. Д. Грибов, Г. В. Кисляков. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03910-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511089>

6. Григорьев, А. А. География всемирного наследия: учебное пособие для вузов / А. А. Григорьев. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство

Юрайт, 2023. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15893-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510205>

7. Григорьев, А. А. География культуры: учебное пособие для вузов / А. А. Григорьев. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 372 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14386-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520131>

8. Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии: теории и практики. 2-е изд., испр., доп. М.: ТВ RUGRAM, 2021.

9. Кинодистрибуция: теория и практика: учебное пособие / под ред. В. И. Сидоренко, Л. А. Ланиной, Н. Б. Ромодановской; Всероссийский государственный институт кинематографии им. С.А. Герасимова (ВГИК). — Москва: Юнити-Дана, 2021. — 401 с.: ил., табл., схем. — (Продюсерство). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685794> — ISBN 978-5-238-03508-6. — Текст: электронный.

10. Киселева, А. М. Публичные решения: учебное пособие для вузов / А. М. Киселева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 170 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14349-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519801>

11. Климович, Н. Г. Контент: топовые техники SEO-продвижения: практическое пособие: [16+] / Н. Г. Климович. — Москва; Вологда: Инфра-Инженерия, 2021. — 320 с.: ил., табл., граф. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618236>

12. Кокурин, Д. И. Основы рециклинга. Общая теория: учебное пособие для вузов / Д. И. Кокурин, К. Н. Назин. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10771-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517968>

13. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR: учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510921>

14. Креативные индустрии России: тенденции и перспективы развития / Т. Абанкина, Е. Николаенко, В. Романова, И. Щербакова. М.: Grey Matter, 2021. URL:

<https://urban.ranepa.ru/spetsialnaya-literatura/kreativnaya-ekonomika-kreativnyein-dustrii-i-klastery/kreativnye-industrii-rossii-tendentsii-i-perspektivy-razvitiya/>

15. Креативный менеджмент: учебное пособие: [16+] / Г. З. Ахметова, В. Н. Иванов, М. Ю. Маковецкий, Д. В. Рудаков ; Омский государственный технический университет. — Омск: Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2020. — 112 с.: ил., табл., схем. — Режим доступа: по

- подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683173> – Библиогр.: с. 106-109. – ISBN 978-5-8149-3103-0. – Текст: электронный
16. Логинов, Б. Б. Международный банковский бизнес: учебное пособие для вузов / Б. Б. Логинов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 179 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00740-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512223>
17. Мансуров, Р. Е. Настольная книга директора по персоналу: практическое пособие / Р. Е. Мансуров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 384 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-08165-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510849>
18. Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.]; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511247>
19. Масалова, Ю. А. Инновационный менеджмент в управлении персоналом: учебное пособие для вузов / Ю. А. Масалова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 191 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13908-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519747>
20. Михайлин, А. Н. Международный офшорный бизнес: учебное пособие для вузов / А. Н. Михайлин, Е. Н. Смирнов, Б. Б. Логинов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 191 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10834-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518042>
21. Мотышина М.С. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для вузов / М.С. Мотышина, А.С. Большаков, В.И. Михайлов; под редакцией М.С. Мотышиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 282 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/498957>
22. Немировская, М. Л. Телевидение как среда для реализации продюсерских проектов / М. Л. Немировская. — Москва: Юнити-Дана, 2017. — 200 с.: схем., табл., ил. — (Медиаобразование). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683207>– Библиогр.: с. 161-164. — ISBN 978-5-238-02463-9. — Текст: электронный.
23. Пайн, Д. Б. Экономика впечатлений: как превратить покупку в захватывающее действие: / Д. Б. Пайн, Д. Х. Гилмор ; ред. В. Кулаков ; пер. с англ. Н. Ливинской, Е. Борисова. — Москва: Альпина Паблишер, 2018. — 382 с. : схем. — Режим доступа: по подписке. — URL:

- <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495619> – ISBN 978-5-9614-6681-2. – Текст : электронный.
24. Передера, Ж. С. Анализ слияний и поглощений: учебное пособие для вузов / Ж. С. Передера, А. В. Федоров. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 140 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14819-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520193>
25. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба: учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12233-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516818>
26. Психология бизнеса: учебник для магистров / Н. Л. Иванова [и др.]; под общей редакцией Н. Л. Ивановой, В. А. Штроо, Н. В. Антоновой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 509 с. — (Магистр). — ISBN 978-5-9916-2972-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/508753>
27. Родыгина, Н. Ю. Организация и техника внешнеторговых переговоров: учебное пособие для вузов / Н. Ю. Родыгина, В. В. Емельянов, С. В. Молева. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 174 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12239-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518261>
28. Симонин П.В. Научная энциклопедия по управлению персоналом и HR-менеджменту: учебно-методическое пособие / Симонин П.В., Богачева Т.В. — Москва: Русайнс, 2022. — 92 с. — ISBN 978-5-4365-9307-4. — URL: <https://book.ru/book/944007>
29. Управление человеческими ресурсами: учебник для вузов / И. А. Максимцев [и др.]; под редакцией И. А. Максимцева, Н. А. Горелова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 467 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-99951-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510775>
30. Флорида Р. Кто твой город? Креативная экономика и выбор места жительства. М., Strelka Press, 2014
31. Экономическая дипломатия в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / Р. И. Хасбулатов [и др.]; под редакцией Р. И. Хасбулатова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 282 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05293-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515104>

г) Интернет-ресурсы и базы данных:

1. ЭБС «Znaniium» <https://znaniium.com>
2. ЭБС «Университетская библиотека «Online» <http://biblioclub.ru>
3. ЭБС «Юрайт» <https://urait.ru/>

4. ЭБС «Кнорус» <https://book.ru>
5. Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе». <http://www.aup.ru>
6. Российская государственная библиотека www.rsl.ru
7. Сайт информационно-правовой системы «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru/>

6. Описание материально-технической базы, обеспечивающей проведение государственной итоговой аттестации

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде МГИМО МИД России из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), как на территории МГИМО МИД России, так и вне ее. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды созданы с использованием ресурсов иных организаций.

Электронная информационно-образовательная среда МГИМО МИД России обеспечивает возможность:

доступа к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик;

формирования электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

7. Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

7.1. Перечень результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

В результате освоения основной профессиональной образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения:

Коды компетенций	Содержание компетенций	Индикаторы достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	ИУК-1.1. Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результаты анализа поставленной задачи.	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основ системного подхода (основные принципы, положения, аспекты и т.д.) как общенаучного метода <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -осуществлять анализ учебной междисциплинарной задачи и (или) учебно-профессиональной (квазипрофессиональной) задачи, используя основы системного подхода (умеет выделить базовые составляющие (элементы), связи, функции и т.д.) <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способен анализировать поставленную задачу через разложение ее на составные элементы.
		ИУК-1.2. Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации.	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - критериев сопоставления алгоритмов (методов) решения различных (освоенных или близких к ним по содержанию) классов задач. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -актуализировать знания, умения и опыт, приобретенные в ходе освоения нескольких модулей, для поиска решения поставленной задачи; - находить информацию, необходимую для решения поставленной задачи, используя различные источники информации; <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> -способен осуществлять анализ собранной информации на

			соответствие ее условиям и критериям решения поставленной задачи
		ИУК-1.3. Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор.	<p>Знания:</p> <p>-значимых факторов в процессе достижения цели, формулирует проблемные вопросы и определяет способы их решения</p> <p>Умения:</p> <p>- Умеет расставить приоритеты между индикаторами (показателями) достижения цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений.</p> <p>-Умеет представить стратегию как алгоритм осуществления деятельности (т.е. в виде последовательности шагов), проектируя ожидаемый результат каждого его шага.</p> <p>Навыки:</p> <p>Способность оценить влияние принимаемого решения на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности</p>
УК-2.	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1. Понимает базовые принципы постановки задач и выработки решений.	<p>Знания:</p> <p>Знает методологические основы и базовые принципы постановки задач при управлении проектами.</p> <p>Умения:</p> <p>Умеет разработать концепцию проекта в рамках обозначенной профессиональной проблемы</p> <p>Навыки:</p> <p>Умеет документально представить концепцию проекта в</p>

			соответствии с принятыми стандартами
		ИУК-2.2. Выбирает оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	<p>Знания: Знает сущность и технологии осуществления этапа планирования проекта в своей профессиональной сфере</p> <p>Умения: Умеет реализовать этап планирования проекта в своей профессиональной сфере</p> <p>Навыки: Способен документально оформить результаты этапа планирования проекта</p>
УК-3.	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций.	<p>Знания: -Знать суть понятия «социальное взаимодействие»</p> <p>Умения: Уметь выработать стратегию сотрудничества при планировании и организации работы команды для достижения поставленной цели</p> <p>Навыки: Способность использовать стратегию сотрудничества при руководстве работой команды для достижения поставленной цели</p>
		ИУК-3.2. Применяет методы командного взаимодействия	<p>Знания: -групповой динамики, принципов командной работы, стилей лидерства.</p> <p>Умения: -Уметь демонстрировать понимание норм и правил деятельности группы/команды, действовать в соответствии с ними</p> <p>Навыки:</p>

			<p>Демонстрировать адекватную реакцию на позитивные и критические отзывы коллег, учет в своей социальной и профессиональной деятельности интересов, особенностей поведения и мнений людей, с которыми работает/взаимодействует, в том числе посредством корректировки своих действий</p>
УК-4.	<p>Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)</p>	<p>ИУК-4.1. Выбирает на государственном языке РФ и иностранном(-ых) языках коммуникативно приемлемый стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами.</p>	<p>Знания:</p> <p>-Знает суть содержания понятий «деловая коммуникация», «вербальные средства и невербальные средства делового общения», «социокультурный контекст делового общения».</p> <p>Умения:</p> <p>- умеет выбирать на иностранном языке необходимые вербальные и невербальные средства общения для решения стандартных задач делового общения</p> <p>Навыки:</p> <p>Демонстрирует этически корректное поведение на иностранном языке при взаимодействии с работодателем в бизнес-сфере, написании бизнес-предложений, выступлении с бизнес-презентациями (информативного характера), сопряженных со сферой подготовки</p>
		<p>ИУК-4.2. Ведет деловую переписку на государственном языке РФ и иностранном(-ых) языках.</p>	<p>Знания:</p> <p>- Знает суть понятий «жанр письменной коммуникации» и типы жанров</p>

		<p>письменной коммуникации в деловой коммуникации</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вести деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на иностранном языке. <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> -воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную информацию на иностранном языке. 	
	<p>ИУК-4.3. Использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> -сути содержания понятий «невербальная коммуникация», «официальная / неофициальная ситуация общения», «жанр устной коммуникации». <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -коммуникативно и культурно приемлемо вести устные телефонные разговоры на иностранном языке. <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способен налаживать диалогическое общение с сокурсниками, преподавателями, потенциальными работодателями (внимательно и активно слушая других, задавая при необходимости уточняющие вопросы, рассуждая о чем-либо, не провоцируя «защитную реакцию» у других, сдержанно выражая свои мысли и чувства, выражаясь точно и ясно, 	

			используя ясный и непротиворечивый язык жестов)
		ИУК-4.4. Умеет выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного(-ых) на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранной(-ые).	<p>Знания: Знает способы перевода диалогической и монологической на речи на русский язык; понимает принципы грамматических и лексических трансформаций для сохранения семантической и стилистической адекватности переводимых текстов.</p> <p>Умения: Понимает учебные и аутентичные тексты информационного и описательного характера на английском языке по проблемам предметного содержания курса.</p> <p>Навыки: Владеет навыками устного и письменного перевода, может грамотно подбирать лексический, грамматический и прагматический эквивалент при переводе высказывания и текстового сообщения на русский и на английский языки</p>
УК-5.	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческо м, этическом и философском контекстах	ИУК-5.1. Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах.	<p>Знания: - Знать причины появления социальных обычаев и различий в поведении людей - характер влияния культурных различий на систему управления организациями в разных странах мира; - базовые стратегии урегулирования кросс-культурных конфликтов</p> <p>Умения: - Уметь находить необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими</p>

		<p>информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять, каким образом параметры национальной культуры влияют на систему управления организациями; - определять стадию эмоционального напряжения при возникновении кросс-культурного конфликта <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способен адекватно объяснить особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения в процессе взаимодействия с ними 	
	<p>ИУК-5.2. Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - информации о культурных особенностях и традициях различных социальных групп <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать знания о культурном многообразии для расширения своего кругозора и саморазвития. <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> Уметь создавать и поддерживать недискриминационную среду взаимодействия при выполнении командной работы 	
	<p>ИУК-5.3</p> <p>Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в области социальных и культурных различий - принципы уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям 	

			<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - толерантно воспринимать социальные и культурные различия, бережно и уважительно относиться к историческому наследию и культурным традициям <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - демонстрации толерантного восприятия социальных и культурных различий, уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям
		<p>ИУК-5.4 Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - о культурных особенностях и традициях различных социальных групп <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - находить необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использования необходимой для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информации о культурных особенностях и традициях различных социальных групп
		<p>ИУК-5.5 Проявляет в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающиеся на знание этапов</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> об историческом наследию и социокультурных традициях различных социальных групп <ul style="list-style-type: none"> - этапов исторического развития России в контексте

		<p>исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира</p>	<p>мировой истории и культурных традиций мира</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - уважительно относиться к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающиеся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> -проявления в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающиеся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира
		<p>ИУК-5.6 Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в области гражданской позиции и ценностных ориентиров <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждать и решать проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сознательного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции; аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого,

			общественного и личностного характера
УК-6.	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	ИУК-6.1. Адекватно оценивает временные ресурсы и ограничения и эффективно использует эти ресурсы.	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - эффективности использования времени при решении поставленных задач. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать и корректировать планы личного и профессионального развития с учетом имеющихся ресурсов <p>Навыки:</p> <p>Владеть способами самоопределения в ситуациях выбора на основе собственного опыта (позиции) и с учетом имеющихся ресурсов</p>
		ИУК-6.2. Выстраивает и реализует персональную траекторию непрерывного образования и саморазвития на его основе.	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - содержание принципов самоорганизации и саморазвития, их особенности - основные переменные, влияющие на поведение индивида (в том числе индивидуальная система ценностей, самооценка, локус контроля); - особенности и отличительные признаки поведенческого проявления разных типов личности <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - управлять собой и своими ресурсами, анализировать и организовывать деятельность - анализировать свою индивидуальную систему ценностей, уровень самооценки, тип личности - адекватно оценивать окружающую обстановку и на основании самомониторинга выбирать наиболее полно

			соответствующую ей линию поведения Навыки: - Уметь анализировать и творчески использовать имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития
УК-7.	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	ИУК-7.1. Рассматривает нормы здорового образа жизни как основу для полноценной социальной и профессиональной деятельности.	Знания: - знать определение и составляющие компоненты здорового образа жизни, способов и определения личного уровня физического развития. Умения: - соблюдать нормы здорового образа жизни; использовать средства физической культуры для оптимизации работоспособности и укрепления здоровья Навыки: - владеет основами методики самостоятельных занятий и самоконтроля за состоянием своего организма, способен формировать личную физическую подготовку исходя из личных возможностей.
		ИУК-7.2. Выбирает и использует здоровьесберегающие приемы физической культуры для укрепления организма в целях осуществления полноценной профессиональной и другой деятельности.	Знания: - особенности использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности и укрепления здоровья. Умения: - применять приемы определения личного уровня сформированности показателей физического развития и физической подготовленности. Навыки:

			<p>- выбирать здоровье-сберегающие технологии с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности.</p>
УК-8	Способен создавать и поддерживать повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	ИУК-8.1. Применяет теоретические и практические знания и навыки для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности в бытовой и профессиональной сферах.	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - факторы безопасного и ответственного поведения, их роль в жизни человека; - основы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и применения современных средств поражения, основные меры по ликвидации их последствий; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - уметь оценивать степень вредности и опасности различных условий жизнедеятельности, в том числе в условиях профессиональной деятельности и при возникновении чрезвычайных ситуаций <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - владеть навыками поддержания безопасных условий жизнедеятельности; - навыками организации действий по оказанию квалифицированной помощи в условиях чрезвычайной ситуации
		ИУК-8.2. Осуществляет оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов.	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основ предотвращения чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов в креативных индустриях. <p>Умения:</p>

			<p>- оперативно сформировать план действий в целях предотвращения чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов в креативных индустриях.</p> <p>Навыки:</p> <p>- способен выполнять план действий для предотвращения чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов в креативных индустриях.</p>
		ИУК-8.3. Принимает в своей деятельности основные цели устойчивого развития общества.	<p>Знания:</p> <p>- основных целей, задач и принципов устойчивого развития общества.</p> <p>Умения:</p> <p>- организовать процесс обслуживания потребителей с учетом целей устойчивого развития общества на основе действующих стандартов креативной индустрии.</p> <p>Навыки:</p> <p>- способен организовывать и осуществлять процесс обслуживания потребителей в сфере креативных индустрий в соответствии с действующими стандартами с учетом целей устойчивого развития общества</p>
УК-9	Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной	ИУК-9.1. Осознает значимость и проблемы профессиональной социальной адаптации лиц с	<p>Знания:</p> <p>- базовые дефектологические в социальной профессиональной сферах</p> <p>Умения:</p>

	<p>профессиональной сферах</p>	<p>ограниченными возможностями</p>	<p>- осознавать значимость и проблемы профессиональной и социальной адаптации лиц с ограниченными возможностями</p> <p>Навыки:</p> <p>-</p>
		<p>ИУК-9.2. Содействует успешной профессиональной и социальной адаптации лиц с ограниченными возможностями</p>	<p>Знания:</p> <p>- социальной адаптации с ограниченными возможностями</p> <p>Умения:</p> <p>- содействовать успешной профессиональной и социальной адаптации лиц с ограниченными возможностями</p> <p>Навыки:</p> <p>- содействовать успешной профессиональной и социальной адаптации лиц с ограниченными возможностями в сфере креативных индустрий</p> <p>- Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах</p>
<p>УК-10</p>	<p>Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>ИУК-10.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.</p>	<p>Знания:</p> <p>Ключевые термины, понятия, базовые принципы функционирования креативной экономики</p> <p>Умения:</p> <p>определять влияние макроэкономических показателей на состояние креативной индустрии</p> <p>Навыки:</p> <p>владеть приемами и методами обоснования экономических решений в сфере креативных индустрий с учетом влияния механизмов государственного регулирования</p>

		<p>ИУК-10.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей.</p>	<p>Знания: основные принципы, приемы и методы планирования и прогнозирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей;</p> <p>Умения: использовать приемы и методы бюджетирования и делать выводы на базе полученных результатов;</p> <p>Навыки: применения инструментов экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей</p>
		<p>ИУК-10.3. Использует финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски.</p>	<p>Знания: общие принципы применения инструментов управления личными финансами в сфере креативных индустрий</p> <p>Умения: контролировать экономические и финансовые риски при организации и ведении бизнеса в сфере креативных индустрий</p> <p>Навыки: принятия экономических решений в сфере креативных индустрий, используя инструменты экономического и финансового управления личными финансами для достижения поставленных целей</p>
<p>УК-11</p>	<p>Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и</p>	<p>УК-11.1. Реализует гражданские права и осознанно участвует в жизни общества, противодействует проявлениям экстремизма, терроризма и коррупционного поведения</p>	<p>Знания: права и обязанности человека и гражданина, основы законодательства РФ и правового поведения.</p> <p>Умения: давать оценку событиям и ситуациям, оказывающим</p>

	<p>противодействовать им в профессиональной деятельности</p>		<p>влияние на политику и общество; выстраивать свою жизненную позицию, основанную на гражданских ценностях и социальной ответственности; правильно толковать и применять специфические нормы и правила в процессе осуществления профессиональной деятельности.</p> <p>Навыки: конструктивного разрешения проблемных ситуаций, связанных с нарушением гражданских прав, применением манипулятивных технологий формирования ложных и антиправовых действий</p>
	<p>ИУК-11.2. Следует базовым этическим ценностям, демонстрируя нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению</p>		<p>Знания: базовые этические ценности и способен формировать личностную позицию по основным вопросам гражданско-этического характера; действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией; негативные последствия, наступающие в случае привлечения к ответственности за коррупционные правонарушения.</p> <p>Умения: давать правовую и этическую оценку ситуациям, связанным с коррупционным поведением;</p> <p>Навыки: навыками профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней; разграничения коррупционных и схожих некоррупционных</p>

			явлений в различных сферах жизни общества.
Общепрофессиональные компетенции			
ОПК-1.	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ИОПК-1.1. Понимает термины, основные понятия, подходы, модели экономической, организационной и управленческой теорий в контексте решения задач управленческой деятельности	<p>Знания:</p> <p>термины, основные понятия, подходы, модели экономической, организационной и управленческой теорий в контексте решения задач управленческой деятельности в сфере креативных индустрий</p> <p>Умения:</p> <p>- искать, обрабатывать и анализировать модели экономической, организационной и управленческой теорий в контексте решения задач управленческой деятельности в сфере креативных индустрий</p> <p>Навыки:</p> <p>- владеть навыками осуществления поиска, анализа модели экономической, организационной и управленческой теорий в контексте решения задач управленческой деятельности в сфере креативных индустрий</p>
		ИОПК-1.2. Демонстрирует корректную постановку профессиональных задач, используя категориальный аппарат экономической, организационной и управленческой теории	<p>Знания:</p> <p>- терминологию, основные понятия, категориальный аппарат экономической, организационной и управленческой теории (на промежуточном уровне);</p> <p>Умения:</p>

			<p>- определять и уточнять цели и данные в сфере креативных индустрий;</p> <p>- выявлять и формулировать задачи в сфере креативных индустрий</p> <p>Навыки:</p> <p>- терминологией экономической, организационной и управленческой теории</p>
		<p>ИОПК-1.3. Применяет инструментальный экономико-математического моделирования для постановки и решения типовых задач выявления причинно-следственных связей и оптимизации деятельности объекта управления</p>	<p>Знания:</p> <p>- инструментальный экономико-математического моделирования для постановки и решения типовых задач выявления причинно-следственных связей и оптимизации деятельности объекта управления в сфере креативных индустрий</p> <p>Умения:</p> <p>- применять инструментальный экономико-математического моделирования для постановки и решения типовых задач выявления причинно-следственных связей и оптимизации деятельности объекта управления в сфере креативных индустрий</p> <p>Навыки:</p> <p>-использовать инструментальный экономико-математического моделирования для постановки и решения типовых задач выявления причинно-следственных связей и оптимизации деятельности</p>

			объекта управления в сфере креативных индустрий
ОПК-2.	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	ИПОК-2.1. Эффективно использует поиск и корректно осуществляет анализ литературы, и правовых документов для решения управленческих задач	<p>Знания:</p> <p>-принципы поиска, анализа литературы, нормативных и правовых документов для решения управленческих задач в сфере креативных индустрий</p> <p>Умения:</p> <p>- использует поиск и корректно осуществляет анализ литературы, нормативных и правовых документов для решения управленческих задач в сфере креативных индустрий</p> <p>Навыки:</p> <p>-разработки управленческих решений и использовании их в сфере креативных индустрий</p>
		ИОПК-2.2. Применяет методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современных цифровых технологий, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными	<p>Знания:</p> <p>- методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современных цифровых технологий применительно к сфере креативных индустрий;</p> <p>Умения:</p> <p>-применять методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современных цифровых технологий применительно к сфере креативных индустрий;</p> <p>- воспринимать, анализировать, запоминать и</p>

			<p>передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными применительно к сфере креативных индустрий</p> <p>Навыки:</p> <p>- способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем применительно к сфере креативных индустрий</p>
ОПК-3.	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	ИОПК-3.1.	<p>Обосновывает результаты решения стратегических и оперативных управленческих задач как в целом на уровне организации и ее подразделений, так и в отдельных функциональных областях менеджмента</p> <p>Знания:</p> <p>- текущие процессы, происходящие в мировой и отечественной экономической среде;</p> <p>Умения:</p> <p>- обосновывать результаты решения организационно-управленческих задач,</p> <p>- выявлять степень соответствия решений поставленным целям;</p> <p>Навыки:</p> <p>- основными методами и инструментами анализа текущих процессов, происходящих в бизнес среде</p>
		ИОПК-3.2.	<p>Производит оценку результатов анализа и</p> <p>Знания:</p> <p>- принципы оптимизации бизнес-процессов</p> <p>Умения:</p>

		<p>оптимизации бизнес-процессов</p>	<p>- осуществлять оценку результатов анализа и оптимизации бизнес-процессов</p> <p>Навыки:</p> <p>- оценки результатов анализа и оптимизации бизнес-процессов в сфере креативных индустрий</p>
		<p>ИОПК-3.3.</p> <p>Осуществляет оценку ожидаемых результатов и последствий организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости и реализации в условиях сложной и динамической среды</p>	<p>Знания:</p> <p>методики, стандарты, и типичные форматы для бизнес-планов</p> <p>Умения:</p> <p>анализировать и оценивать влияние текущих процессов, происходящих в мировой и отечественной бизнес-среде, при подготовке организационно-управленческих решений в сфере креативных индустрий</p> <p>Навыки:</p> <p>- осуществлять оценку ожидаемых результатов и последствий организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости и реализации в условиях сложной и динамической среды в сфере креативных индустрий</p>
ОПК-4.	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений	ИОПК-4.1. Применяет основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации, выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций	<p>Знания:</p> <p>- методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации</p> <p>Умения:</p> <p>- применять основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней</p>

	деятельности и организаций		<p>среде организации в сфере креативных индустрий</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций в сфере креативных индустрий <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - готовности действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
		<p>ИОПК-4.2.</p> <p>Осуществляет разработку бизнес-планов проектов, развития новых направлений деятельности и организаций</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - по разработке бизнес-планов - новые направления деятельности и организаций в сфере креативных индустрий <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять разработку бизнес-планов проектов, развивать новые направления деятельности и организаций в сфере креативных индустрий <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать бизнес-план проектов, развивать новые направления деятельности и организаций в сфере креативных индустрий
		<p>ИОПК-4.3. Оценивает экономическую эффективность принимаемых управленческих решений на основе знания методов финансового и инвестиционного анализа</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методов финансового и инвестиционного анализа <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать экономическую эффективность принимаемых управленческих решений на основе знания

			<p>методов финансового и инвестиционного анализа</p> <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивания экономической эффективности принимаемых управленческих решений на основе знания методов финансового и инвестиционного анализа в сфере креативных индустрий
ОПК-5.	<p>Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ</p>	<p>ИОПК-5.1. Понимает основные принципы работы с данными, применяет современный инструментарий анализа данных на базовом уровне, в т.ч. с использованием программирования, алгоритмизации и математических методов при решении задач анализа данных</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - инструментарий анализа данных на базовом уровне в т.ч. с использованием программирования, алгоритмизации и математических методов при решении задач анализа данных <p>- основные принципы работы с данными</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимать основные принципы работы с данными - применять современный инструментарий анализа данных на базовом уровне, в т.ч. с использованием программирования, алгоритмизации и математических методов при решении задач анализа данных <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работать с современным инструментарием анализа данных на базовом уровне, в т.ч. с использованием программирования, алгоритмизации и математических методов при решении задач анализа данных в сфере креативных индустрий

		<p>ИОПК-5.2. Оценивает возможности и целесообразность использования цифровых технологий в деятельности организации, использует современные цифровые технологии и программные продукты для решения профессиональных задач</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные цифровые технологии - программные продукты <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -оценивать возможности и целесообразность использования цифровых технологий в сфере креативных индустрий - использовать современные цифровые технологии и программные продукты для решения профессиональных задач <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> -оценивать возможности и целесообразность использования цифровых технологий в сфере креативных индустрий - использовать современные цифровые технологии и программные продукты для решения профессиональных задач
		<p>ИОПК-5.3. Понимает особенности технологий 4-й промышленной революции и возможности их использования при проектировании бизнес-моделей организаций</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологии 4-й промышленной революции <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимает особенности технологий 4-й промышленной революции и возможности их использования при проектировании бизнес-моделей организаций <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использования технологий 4-й промышленной революции при проектировании

			бизнес-моделей в сфере креативных индустрий
ОПК-6.	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИОПК-6.1.	<p>Знания:</p> <p>- современных информационных технологиях, используемых в менеджменте</p> <p>Умения:</p> <p>- ориентироваться в современных информационных технологиях, используемых в менеджменте</p> <p>Навыки:</p> <p>- применять современные информационные технологии, используемые в менеджменте в сфере креативных индустрий</p>
		ИОПК-6.2.	<p>Знания:</p> <p>- современные информационные технологии и программные средства</p> <p>Умения:</p> <p>- демонстрировать готовность решать профессиональные задачи с использованием современных информационных технологий и программных средств</p> <p>Навыки:</p> <p>- решения профессиональных задач с использованием современных информационных технологий и программных средств в сфере креативных индустрий</p>
		ИОПК-6.3. Использует	<p>Знания:</p> <p>- информационных технологий для анализа информации в контексте решения профессиональных задач</p> <p>Умения:</p>

			<p>- использовать информационные технологии для анализа информации в контексте решения профессиональных задач</p> <p>Навыки:</p> <p>- решать профессиональные задачи в сфере креативных индустрий с использованием информационных технологий для анализа информации</p>
Цифровые компетенции			
ЦК-1	Способен самостоятельно совершенствовать информационную грамотность профессиональной деятельности	ИЦК-1.1. Способен осуществлять поиск, анализ, интерпретацию и управление информацией в цифровой среде	<p>Знания:</p> <p>- как пользоваться поиском, анализом, интерпретацией и управлением информацией в цифровой среде</p> <p>Умения:</p> <p>- осуществлять поиск, анализ, интерпретацию и управление информацией в цифровой среде</p> <p>Навыки:</p> <p>- способен осуществлять поиск, анализ, интерпретацию и управление информацией в цифровой среде в сфере креативных индустрий</p>
		ИЦК-1.2. Умеет целенаправленно пользоваться интернетом, облачными хранилищами, структурировать, презентовать и обобщать информацию	<p>Знания:</p> <p>- интернета, облачных хранилищ</p> <p>- методы обобщения информации</p> <p>Умения:</p> <p>- целенаправленно пользоваться интернетом, облачными хранилищами</p> <p>- структурировать, презентовать и обобщать информацию</p> <p>Навыки:</p>

			<ul style="list-style-type: none"> - пользования интернетом, облачными хранилищами - структурирования, презентации и обобщения информации
		<p>ИЦК-1.3. Владеет современным программным обеспечением для работы с текстовыми и табличными данными</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современное программное обеспечение <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - пользоваться современным программным обеспечением для работы с текстовыми и табличными данными <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современным программным обеспечением для работы с текстовыми и табличными данными в сфере креативных индустрий
		<p>ИЦК-1.4. Знает этику, нормы общения, информационную гигиену и основы правового регулирования в цифровой среде</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - этики, норм общения, информационной гигиены, основы правового регулирования в цифровой среде <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять знания в области этики, норм общения, информационной гигиены, основы правового регулирования в цифровой среде <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать знания в области этики, норм общения, информационной гигиены, основы правового регулирования в цифровой среде в сфере креативных индустрий
		<p>ИЦК-1.5. Способен противостоять</p>	<p>Знания:</p>

		манипулированию информацией	<ul style="list-style-type: none"> - принципы манипулирования информацией - методы противостояния манипулированию информацией <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - противостоять манипулированию информацией <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способен противостоять манипулированию информацией
ЦК-2	Способен обеспечить информационную безопасность и правовое регулирование информационных систем профессиональной деятельности	ИЦК-2.1. Выбирает оптимальный формат, способ и место безопасного хранения информации с использованием современных информационных технологий	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - о безопасном хранении информации с использованием современных информационных технологий <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать оптимальный формат, способ и место безопасного хранения информации с использованием современных информационных технологий <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использования оптимального формата, способа и места безопасного хранения информации с использованием современных информационных технологий в сфере креативных индустрий
		ИЦК-2.2. Обеспечивает целостность и конфиденциальность информации в цифровом виде	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - как обеспечить целостность и конфиденциальность информации в цифровом виде <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обеспечивать целостность и конфиденциальность информации в цифровом виде <p>Навыки:</p>

			<p>- обеспечения целостности и конфиденциальности информации в цифровом виде в сфере креативных индустрий</p>
		<p>ИЦК-2.3. Умеет находить требуемую информацию в инфокоммуникационных сетях и оценивать её достоверность</p>	<p>Знания:</p> <p>- современного программного обеспечения для работы с текстовыми и табличными данными</p> <p>Умения:</p> <p>- находить требуемую информацию в инфокоммуникационных сетях и оценивать её достоверность</p> <p>Навыки:</p> <p>- находить требуемую информацию в инфокоммуникационных сетях и оценивать её достоверность в сфере креативных индустрий</p>
		<p>ИЦК-2.4. Идентифицирует различные виды угроз в инфокоммуникационных сетях и компьютерных системах</p>	<p>Знания:</p> <p>- различные виды угроз в инфокоммуникационных сетях и компьютерных системах</p> <p>Умения:</p> <p>- идентифицировать различные виды угроз в инфокоммуникационных сетях и компьютерных системах</p> <p>Навыки:</p> <p>- идентификации различных видов угроз в инфокоммуникационных сетях и компьютерных системах в сфере креативных индустрий</p>
		<p>ИЦК-2.5. Знает основные международные и российские нормативно-правовые акты,</p>	<p>Знания:</p> <p>-основные международные и российские нормативно-правовые акты,</p>

		<p>нормативно-методические документы, стандарты и протоколы в области информационной безопасности и защиты информации</p>	<p>нормативно-методические документы, стандарты и протоколы в области информационной безопасности и защиты информации</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать основные международные и российские нормативно-правовые акты, нормативно-методические документы, стандарты и протоколы в области информационной безопасности и защиты информации <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применения основных международных и российских нормативно-правовых актов, нормативно-методических документов, стандартов и протоколов в области информационной безопасности и защиты информации в сфере креативных индустрий
ЦК-3	Способен применять цифровые коммуникации профессиональной деятельности	ИЦК-3.1. Взаимодействует посредством различных информационно-коммуникационных технологий	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - различные информационно-коммуникационные технологии <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - взаимодействовать посредством различных информационно-коммуникационных технологий <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - взаимодействия посредством различных информационно-коммуникационных технологий в сфере креативных индустрий
		ИЦК-3.2. Умеет обмениваться данными, информацией и цифровым	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современных информационных технологий

		контентом посредством информационных технологий	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обмениваться данными, информацией и цифровым контентом посредством информационных технологий <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использования информационных технологий для обмена данными, информацией и цифровым контентом в сфере креативных индустрий
		ИЦК-3.3. Осознанно участвует в жизни общества посредством использования государственных, частных цифровых услуг и сервисов	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - государственных, частных цифровых услуг и сервисов <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - пользоваться государственными, частными цифровыми услугами и сервисами <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - участия в жизни общества посредством использования государственных, частных цифровых услуг и сервисов в сфере креативных индустрий
		ИЦК-3.4. Соблюдает цифровую гигиену и этику в сети, digital этикет	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - цифровой гигиены и этики в сети, digital этикет <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - соблюдать цифровую гигиену и этику в сети, digital этикет <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - соблюдает и применяет цифровую гигиену и этику в сети, digital этикет в сфере креативных индустрий
ЦК-4	Способен к цифровому саморазвитию и генерированию новых	ИЦК-4.1. Владеет инструментами, методами и подходами в управлении цифровым саморазвитием	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - инструментов, методов и подходов в управлении цифровым саморазвитием

	идей при решении задач в профессиональной деятельности с использованием информационных технологий и систем		<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - пользоваться инструментами, методами и подходами в управлении цифровым саморазвитием <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использования инструментов, методов и подходов в управлении цифровым саморазвитием в сфере креативных индустрий
		ИЦК-4.2. Самостоятельно формулирует образовательные цели в ответ на актуальные жизненные задачи, выбирает способы их решения и средства саморазвития	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы формулирования образовательных целей <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формулирует образовательные цели в ответ на актуальные жизненные задачи, выбирает способы их решения и средства саморазвития <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - самостоятельно формулирует образовательные цели в ответ на актуальные жизненные задачи, выбирает способы их решения и средства саморазвития в сфере креативных индустрий
		ИЦК-4.3. Адаптирует свою профессиональную деятельность к быстро меняющейся цифровой среде и условиям неопределенности и риска	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - цифровую среду <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - адаптировать свою профессиональную деятельность к быстро меняющейся цифровой среде и условиям неопределенности и риска <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - адаптации своей профессиональной деятельности

			к быстро меняющейся цифровой среде и условиям неопределенности и риска в сфере креативных индустрий
		ИЦК-4.4. Использует цифровые средства и приложения для создания инновационного продукта, генерирования новых идей и решений в условиях неопределенности	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - цифровые средства и приложения для создания инновационного продукта <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать цифровые средства и приложения для создания инновационного продукта - генерировать новые идеи и решения в условиях неопределенности <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использования цифровых средств и приложений для создания инновационного продукта, генерирования новых идей и решений в условиях неопределенности в сфере креативных индустрий
ЦК-5	Способен управлять цифровыми продуктами проектами профессиональной деятельности	ИЦК-5.1. Способен выбирать и использовать программные средства для управления цифровыми продуктами и проектами	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - программные средства для управления цифровыми продуктами и проектами <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать и использовать программные средства для управления цифровыми продуктами и проектами <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> -использования программных средств для управления цифровыми продуктами и проектами в сфере креативных индустрий

		<p>ИЦК-5.2. Умеет создавать мультимедийный презентационный контент</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - функционал мультимедийного презентационного контента <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать мультимедийный презентационный контент <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создания мультимедийный презентационный контент для креативной индустрии
		<p>ИЦК-5.3. Способен повышать показатели управления цифровыми продуктами и проектами с использованием современных пакетов прикладных программ</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - показателей управления цифровыми продуктами и проектами с использованием современных пакетов прикладных программ <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - повышать показатели управления цифровыми продуктами и проектами с использованием современных пакетов прикладных программ <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - повышения показателей управления цифровыми продуктами и проектами с использованием современных пакетов прикладных программ в сфере креативных индустрий
<p>ЦК-6</p>	<p>Способен анализировать данные в профессиональной деятельности</p>	<p>ИЦК-6.1. Знает виды и типы данных, способы их обработки, анализа и визуализации</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды и типы данных, способы их обработки, анализа и визуализации <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать знания о видах и типах данных, способов их обработки, анализа и визуализации <p>Навыки:</p>

			<p>- использования знаний о видах и типах данных, способов их обработки, анализа и визуализации в сфере креативных индустрий</p>
		<p>ИЦК-6.2. Умеет анализировать и визуализировать данные с помощью базовых видов диаграмм, проводить простейшие текстовые аналитики</p>	<p>Знания:</p> <p>- базовых видов диаграмм, проводить простейшие текстовые аналитики</p> <p>Умения:</p> <p>- анализировать и визуализировать данные с помощью базовых видов диаграмм, проводить простейшие текстовые аналитики</p> <p>Навыки:</p> <p>- анализа и визуализации данных с помощью базовых видов диаграмм, проводить простейшие текстовые аналитики в сфере креативных индустрий</p>
		<p>ИЦК-6.3. Способен работать с числовыми данными в том числе с использованием описательной статистики</p>	<p>Знания:</p> <p>- способы работы с числовыми данными в том числе с использованием описательной статистики</p> <p>Умения:</p> <p>- работать с числовыми данными в том числе с использованием описательной статистики</p> <p>Навыки:</p> <p>- работы с числовыми данными в том числе с использованием описательной статистики в сфере креативных индустрий</p>
Дополнительные общепрофессиональные компетенции			
ДОПК-1.	Способен применять	ИДОПК-1.1. Знает основные подходы в	Знания:

	<p>междисциплинарный подход при изучении основ международных отношений, понимать и уметь анализировать их влияние на внешнюю политику России, других государств и мира в целом</p>	<p>современных научных исследований; методы исследования: анализ, синтез, технологии, обеспечивающие решение комплексных научных проблем; теории, истории и современное состояние международных отношений; основные понятия теории международных отношений; концепцию внешней политики России</p>	<p>- методов научного исследования: анализ, синтез, классификация, категоризация, проектирование, моделирование, оценка</p> <p>Умения:</p> <p>- находить, оценивать, анализировать, аннотировать и синтезировать информацию из различных источников;</p> <p>- использовать современные правовые базы данных и поисковые системы в анализе международных отношений</p> <p>Навыки:</p> <p>- владеть навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в научных исследованиях международных проблем</p>
	<p>ИДОПК-1.2 Умеет применять различные, в том числе , подходы при изучении и анализе основ международных отношений; анализировать влияние сложившейся международной ситуации на внешнюю политику России;</p>	<p>ИДОПК-1.2 Умеет применять различные, в том числе , подходы при изучении и анализе основ международных отношений; анализировать влияние сложившейся международной ситуации на внешнюю политику России;</p>	<p>Знания:</p> <p>-теории международных отношений и основных направлений внешней политики России</p> <p>Умения:</p> <p>-анализировать влияние сложившейся международной ситуации на внешнюю политику России</p> <p>Навыки:</p> <p>-применения междисциплинарного подхода в анализе международных отношений и внешней политики России</p>
	<p>ИДОПК-1.3 Владеет междисциплинарным подходом при изучении и анализе основ международных</p>	<p>ИДОПК-1.3 Владеет междисциплинарным подходом при изучении и анализе основ международных</p>	<p>Знания:</p> <p>-методы гуманитарных и естественных наук, экономики и статистики</p>

		отношений; анализировать влияние сложившейся международной ситуации на внешнюю политику России	<p>Умения:</p> <p>-применять общенаучные и частно-научные методы в анализе международной ситуации и ее влияния на внешнюю политику России</p> <p>Навыки:</p> <p>-применение конкретных методов международных исследований (контент-анализ, ивент- анализ, когнитивное картирование, моделирование и прогнозирование)</p>
ДОПК-2.	Способен ориентироваться в ключевые концепции, основных современных тенденциях развития мировой политики, экономики, понимать их перспективы и возможные последствия для России, других государств и мира в целом	ИДОПК-2.1 Знает	<p>знания:</p> <p>ключевые концепции, основные понятия, структуру и составляющие мировой политики и экономики;</p> <p>Умения:</p> <p>-оперировать ключевыми понятиями мировой политики и экономики</p> <p>Навыки: -применяет ключевые концепции, основные понятия, составляющие структуру и мировой политики и экономики</p>
		ИДОПК-2.2 Умеет	<p>Знания:</p> <p>-методы оценки и анализа влияния мировых политических и экономических процессов на внешнюю и внутреннюю политику России</p> <p>Умения:</p> <p>-анализировать и оценивать влияние мировых политических и экономических процессов на внешнюю и внутреннюю политику России</p> <p>Навыки:</p> <p>- способен анализировать и оценивать влияние мировых политических и экономических</p>

			<p>процессов на внешнюю и внутреннюю политику России</p> <p>ИДОПК-2.3 Владеет методами анализа влияния мировых политических и экономических процессов на внешнюю и внутреннюю политику России;</p>	<p>Знания: -методы политического анализа для международных исследований (ивент-анализ, контент-анализ, факторный анализ и т.д.)</p> <p>Умения: -применять на практике методы политического анализа для международных исследований (ивент -анализ, контент-анализ, факторный анализ и т.д.)</p> <p>Навыки: -владеет методами анализа влияния мировых политических и экономических процессов на внешнюю и внутреннюю политику России</p>
ДОПК-3.	Способен ориентироваться в основных направлениях внешней политики России и ведущих зарубежных государств	ИДОПК-3.1 Знает теоретические основы понятия «внешняя политика»; сущность, субъекты, средства, функции и методы внешней политики; основные положения концепций внешней политики России и ведущих зарубежных государств;	<p>Знания: - методологические основания социально-политического исследования, основные методы сбора и анализа политологической информации; -знает сравнительный подход в политических исследованиях;</p> <p>Умения: -производить, отбирать, обрабатывать и анализировать данные о социально-политических процессах и социально-политических общностях в России и зарубежных государствах.</p> <p>Навыки: -владеет основами интерпретации общественно</p>	

			значимой политической информации в области внешней политики
		ИДОПК-3.2 Умеет использовать теоретические знания для изучения и анализа внешней политики России и ведущих зарубежных государств;	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> -основных направлений внешней политики России и ведущих зарубежных государств; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать основные направления внешней политики России и ведущих зарубежных государств; -понимать внешнеполитическую деятельность России и ведущих зарубежных государств; <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> -владеет способностью оценки и сопоставления внешней политики России и других государств по основным направлениям
		ИДОПК-3.3 Владеет навыками прикладного и компаративного анализа внешней политики России и ведущих зарубежных государств;	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> -знает методологические основания социально-политического исследования, основные методы сбора и анализа политологической информации; -знает сравнительный подход в политических исследованиях; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -производить, отбирать, обрабатывать и анализировать данные о социально-политических процессах и социально-политических общностях в России и зарубежных государствах. <p>Навыки:</p>

			-владеет основами интерпретации общественно значимой политической информации в области внешней политики
ДОПК-4.	Способен ориентироваться в экономической политике национальных экономик, знать социально-экономические модели стран мира	ИДОПК-4.1 Знает предпосылки становления основных социально-экономических моделей стран мира; особенности национальных экономик;	Знания: -предпосылки становления основных социально-экономических моделей стран мира; особенности национальных экономик
		ИДОПК-4.2 Умеет анализировать и выявлять сильные и слабые стороны основных социально-экономических моделей стран мира;	Умения: -анализировать и выявлять сильные и слабые стороны основных социально-экономических моделей стран мира с целью определения основных направлений экономической политики той или иной страны мира
		ИДОПК-4.3 Владеет логикой и инструментарием анализа социально-экономических моделей с целью определения основных направлений экономической политики той или иной страны мира	Навыки: -владения логикой и инструментарием анализа социально-экономических моделей с целью определения основных направлений экономической политики той или иной страны мира
ДОПК-5.	Способен ориентироваться в вопросах мировой и глобальной экономики и международных экономических отношениях, а также основах их теорий.	ИДОПК-5.1 Знает сущность, виды, структуру, состав и формы международных экономических отношений; основные теории международных экономических отношений; современное состояние мировой и глобальной экономики;	Знания: сущность, виды, структуру, состав и формы международных экономических отношений; основные теории международных экономических отношений; современное состояние мировой и глобальной экономики
		ИДОПК-5.2 Умеет ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития мировой и	Умения: ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития мировой и

		тенденциях и перспективах развития мировой экономики и международных отношений на основе анализа социально-экономических показателей;	глобальной экономики и международных экономических отношений на основе анализа социально-экономических показателей; Навыки: владеть навыками анализа и прогнозирования проблем развития мировой экономики и международных отношений
		ИДОПК-5.3 Владеет навыками анализа и прогнозирования проблем развития мировой экономики и международных экономических отношений;	
ДОПК-6.	Способен анализировать отраслевую структуру экономики России и ориентироваться в основных направлениях ее экономической политики	ИДОПК-6.1 Знает базовые теории экономического анализа;	Знания: базовые теории экономического анализа
		ИДОПК-6.2 Умеет анализировать экономическую политику России;	Умения: анализировать экономическую политику России
		ИДОПК-6.3 Владеет навыками анализа социально-экономических показателей России;	Навыки: владеть навыками анализа социально-экономических показателей России
ДОПК-7	Способен использовать математические модели и теории при изучении, анализе и прогнозировании процессов международных отношений, мировой политики и экономики	ИДОПК-7.1 Знает основы математики; основные математические теории и модели;	Знания: - метода Гаусса решения систем линейных уравнений, применение в общем случае и элементы матричной алгебры; - места и роли фундаментальных понятий математического анализа (множество, предел, производная, интеграл) в современной математике, понятие функциональной зависимости и способы ее задания; - определение производной функции, технику

		<p>дифференцирования, основные теоремы о дифференцируемых функциях и их приложения;</p> <ul style="list-style-type: none">- операции интегрирования как операцию обратную к дифференцированию и возможности использования интегрального исчисления в практических задачах;- вероятности, случайные величины, типовые случайные распределения;- понятие генеральной совокупности и выборки;- первичную обработку выборочных данных, методы оценки параметров распределения признака генеральной совокупности;- приемы построения доверительных интервалов для большой и малой выборки;- понятие статистической гипотезы, применение для контроля качества выпускаемой массовой продукции;- виды зависимостей между величинами в математике. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none">- графически изображать функциональные зависимости, выделяя важнейшие свойства исследуемых функций (область определения, четность, нули, периодичность, монотонность, наличие у функции асимптот, экстремумы), вычислять пределы, производные и использовать их в качестве инструментов исследования количественных и качественных свойств функций;
--	--	--

		<p>-интегрировать и применять интегралы (неопределенные и определенные) для решения экономических, геометрических и физических задач;</p> <p>-проводить первичную обработку выборочных данных с использованием вычислительных, графических и табличных методов;</p> <p>-осуществлять проверку статистических гипотез и научиться истолковывать результат такой проверки.</p> <p>Навыки:</p> <p>- приемами работы со специальной литературой, средствами поиска необходимой информации в Интернете, включая работу с электронными библиотеками;</p> <p>-современными математическими идеями и методами, используемыми для анализа сложных туристских процессов;</p> <p>-современными методами сбора и математического представления данных, касающихся туристской сферы;</p> <p>-навыками работы с математическим аппаратом для расчета и анализа проводимой туристской политики</p>	
		<p>ИДОПК-7.2 Умеет применять математическое моделирование при изучении, анализе и прогнозировании процессов международных отношений, мировой политики и экономики;</p>	<p>Знания:</p> <p>принципы применения математического моделирования при изучении, анализе и прогнозировании процессов мировой экономики</p>

		<p>ИДОПК-7.3 Владеет навыками математического моделирования геополитических экономических процессов;</p>	<p>-методов математического анализа и моделирования и возможности их применения к анализу политических событий</p> <p>Умения: применять математическое моделирование при изучении, анализе и прогнозировании процессов мировой экономики</p> <p>-применять методы математического анализа и моделирования, анализа статистических данных для исследования и прогнозирования политических процессов</p> <p>Навыки: владеть навыками анализа и прогнозирования процессов мировой экономики с использованием математического моделирования</p> <p>-владеет методами математического анализа и моделирования для анализа геополитических ситуаций</p>
ДОПК-8.	<p>Способен понимать содержание международно-правовых документов, оперировать международно-правовыми понятиями и категориями</p>	<p>ИДОПК-8.1 Знает содержание международных нормативно-правовых актов, регулирующих международные отношения;</p> <p>ИДОПК-8.2 Умеет пользоваться международными договорами и другими правовыми актами в своей профессиональной деятельности;</p>	<p>Знания: содержание международно-правовых актов</p> <p>Умения: ориентироваться в текстах международно-правовых актов</p> <p>Навыки: анализ международно-правовых актов</p> <p>Знания: международно-правовые договоры в сфере креативных индустрий</p> <p>Умения: пользоваться нормами международных договоров в сфере креативных индустрий</p> <p>Навыки:</p>

			поиска правовой информации в международных договорах в сфере креативных индустрий
		ИДОПК-8.3 Владеет навыками работы с международно-правовыми актами;	Знания: правил работы с международно-правовыми актами Умения: осуществлять подбор необходимых международно-правовых актов для решения конкретного вопроса Навыки: работа с международно-правовыми актами
ДОПК-9.	Способен самостоятельно анализировать с точки зрения международного права проблемы, возникающие в современных международных отношениях.	ИДОПК-9.1 Знает основные категории международного права и его роль в международных отношениях; содержание международных нормативно-правовых актов, регулирующих международные отношения; общую характеристику системы международных отношений;	Знания: основные категории международного права, содержание международно-правовых актов, общая характеристика системы международных отношений Умения: определять роль международного права в системе международных отношений Навыки: работа с международно-правовыми актами, касающимися определенных международных отношений
		ИДОПК-9.2 Умеет применять нормы международного права при анализе проблем современных международных отношений	Знания: нормы международного права Умения: применять нормы международного права Навыки: анализ проблем современных международных отношений на основе норм международного права
		ИДОПК-9.3 Владеет понятийно-терминологическим аппаратом международного права и использовать его в ходе аналитических исследований актуальных проблем современных	Знания: понятийно-терминологического аппарата международного права Умения: использовать понятийно-терминологический аппарат международного права для исследования проблем международных отношений

		международных отношений в контексте международного права;	Навыки: анализ современных международных отношений в контексте международного права
ДОПК-10.	Способен работать с источниками международной информации, анализировать динамику основных характеристик международных отношений, используя различные программные средства, базы данных и поисковые системы	ИДОПК-10.1 Знает структуру, общие свойства информации и ориентироваться в вопросах, связанных с поиском, сбором, анализом, хранением и распространением информации в системе международных отношений	Знания: принципы поиска, сбора, анализа, хранения и распространения информации в системе мировой экономики Умения: анализировать процесс глобальной коммуникации между субъектами мировой экономики Навыки: владеть различными программными средствами, базами данных и поисковыми системами для получения, хранения и использования информации о системе мировой экономики
		ИДОПК-10.2 Умеет анализировать процесс глобальной коммуникации между субъектами международных информационных отношений, возникающих во всех сферах деятельности государства и общества при получении, хранении и использовании информации;	Знания: - основные подходы к математическому моделированию сфер креативных индустрий; - основные математические методы, применяемые для обработки исходной информации в сфере креативных индустрий; - основные способы обработки в сфере креативных индустрий
		ИДОПК-10.3 Владеет различными программными средствами, базами данных и поисковыми системами для получения, хранения и использования информации;	Умения: -использовать математический язык и математическую символику, и математический аппарат для решения теоретических и прикладных задач; обрабатывать экспериментальные данные;

			<p>решать типовые организационно-управленческие задачи, проводить их анализ, получать количественные соотношения, представляющие практический интерес.</p> <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работа со специальной математической литературой; - владение основными понятиями в виде математических моделей наиболее важных, математическими, статистическими и количественными методами решения типовых организационно-управленческих задач
ДОПК-11.	Способен работать в мультикультурной среде и в международной команде.	ИДОПК-11.1 Знает	<p>важнейшие идеологические, культурные и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития;</p> <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - важнейшие идеологические, культурные и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сопоставлять особенности разных идеологических, культурных и ценностных систем, характерных для разных исторических эпох и стран
		ИДОПК-11.2 Умеет	<p>выстраивать социальное и профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп;</p> <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности кросс-культурных коммуникаций; - основные причины кросс-культурных конфликтов и методы их разрешения; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать знания о базовых ценностях мировой культуры для своего личностного развития; - обеспечивать соблюдение этических норм в профессиональном взаимодействии; - оценивать поведение представителей других культур

			с точки зрения традиций, принятых в их странах;
		ИДОПК-11.3 Владеет базовыми знаниями создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - уровни и формы успешного межкультурного взаимодействия <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - развивать межкультурную компетентность; - давать аргументированную оценку проявлениям этноцентризма и национализма в общественной жизни
ДОПК-12.	Способен владеть иностранным (-ыми) языком (-ами) на уровне, обеспечивающем свободное общение как в общекультурной сфере, так и профессиональной деятельности.	ИДОПК-12.1 Владеет лексическими единицами и грамматическими структурами, используемыми в устном и письменном общении на иностранном (-ых) языке (-ах) в объеме, необходимом для свободного общения в общекультурной сфере и профессиональной деятельности	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - лексические средства и понятийный ряд английского языка, использующийся в соответствующих областях англоязычного дискурса; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - адекватно цели и ситуации коммуникации использовать языковые средства с соблюдением языковой корректности, произносительной нормы и стилистических норм английского языка; <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создания высказываний, соответствующих требованиям различных типов устной и письменной коммуникации на английском языке для общекультурного общения и осуществления профессиональной деятельности
		ИДОПК-12.2 Использует различные типы устной и письменной коммуникации на иностранном (-ых) языке (-ах) для общения в общекультурной сфере и осуществления профессиональной деятельности	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятия: «функциональный стиль», «жанр», «регистр» (формальный, неформальный) языка; функциональные стили и жанры в современном английском языке, с целью их корректного употребления в соответствии с

		<p>ситуацией общения (в общекультурной сфере и профессиональной деятельности); употребление политкорректной лексики, язык эвфемизмов;</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - строить устную и письменную речь с соблюдением требований, предъявляемых в различных ситуациях общения; <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создания ясных и аргументированных устных и письменных высказываний с соблюдением требований, предъявляемых в различных ситуациях общения 	
		<p>ИДОПК-12.3</p> <p>Выстраивает устную и письменную речь напонятийный ряд иностранном (-ых) языке (ах) логически верно, аргументированно и ясно</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> -лексические средства и напонятийный ряд английского языка, использующийся в соответствующих областях англоязычного дискурса; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -различать функциональные стили английского языка (средств массовой информации, научной прозы и т.д.), характерные для различных сфер профессионального общения; <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обработки устных и письменных текстов различных жанров и регистров, такими как: аннотирование, интерпретация, реферирование, реферирование с элементами перевода; создания различного рода иноязычных письменных текстов, в частности – принятых в деловой переписке с целью установления и

			поддержания профессиональных контактов
ДОПК-13	Способен вести диалог, переписку, переговоры на иностранном (-ых) языке (-ах) в рамках поставленных задач.	ИДОПК-13.1 Ведет различные виды диалогов, осуществляет общекультурное и профессиональное общение, также письменную коммуникацию на иностранном (-ых) языке (-ах)	<p>Знания:</p> <p>- основные лексические средства, необходимые для ведения переговоров, переписки (речевые формулы обращения, средства логической связи и др.);</p> <p>Умения:</p> <p>- использовать изученный языковой материал для построения грамотных устных и письменных высказываний на английском языке;</p> <p>Навыки:</p> <p>- использования изученного языкового материала для ведения беседы и переписки на профессиональные темы</p>
		ИДОПК-13.2 Осуществляет устный и письменный перевод текстов на иностранном (-ых) языке (-ах), относящихся к профессиональной сфере общения	<p>Знания</p> <p>Знает основной лексический материал, распределенный по темам профессиональной коммуникации, понимает принципы грамматических и лексических трансформаций для сохранения семантической и стилистической адекватности переводимых текстов.</p> <p>Умения</p> <p>Умеет грамотно подбирать лексический, грамматический и прагматический эквивалент при переводе высказывания и текстового сообщения на русский язык.</p> <p>Навыки</p> <p>Владет навыками устного перевода «с листа» текстов профессиональной</p>

			<p>тематики и письменного перевода с использованием справочных источников и без них, добиваясь минимизации коммуникативных потерь в процессе перевода текста профессиональной направленности</p>
		<p>ИДОПК-13.3 Владеет навыками публичной, научной и профессиональной речи на иностранном (-ых) языке (-ах)</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правил построения публичной речи с учетом цели, особенностей аудитории и ситуации выступления; - стилистических правил и особенностей оформления письменной научной и профессиональной речи на английском языке; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимать вопросы, сформулированные на иностранном языке, и формулировать аргументированные ответы, соответствующие вопросу по предмету высказывания и содержанию в устной форме; <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выступления перед аудиторией с речью на иностранном языке и создания письменных научных и профессиональных текстов на английском языке
ДОПК-14	<p>Способен применять на практике основы дипломатического и делового протокола и этикета</p>	<p>ИДОПК-14.1 Знает совокупность правил, традиций и условностей, соблюдаемых правительствами, ведомствами иностранных дел, дипломатическими представительствами, иными</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - совокупность правил, традиций и условностей, соблюдаемых правительствами, ведомствами иностранных дел, дипломатическими представительствами, иными официальными лицами в

		официальными лицами в процессе международного и делового общения	<p>процессе международного и делового общения</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применяет знания в области совокупности правил, традиций и условностей, соблюдаемых правительствами, ведомствами иностранных дел, дипломатическими представительствами, иными официальными лицами в процессе международного и делового общения
		ИДОПК-14.2 Умеет применять на практике основы дипломатического и делового протокола и этикета	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы дипломатического и делового протокола и этикета <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять на практике основы дипломатического и делового протокола и этикета <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять на практике основы дипломатического и делового протокола и этикета в сфере креативных индустрий
		ИДОПК-14.3 Владеет правилами этикета межгосударственных и деловых отношений	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правил этикета межгосударственных и деловых отношений <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять знания правил этикета межгосударственных и деловых отношений <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правилами этикета межгосударственных и деловых отношений
ДОПК-15	Способен использовать техники	ИДОПК-15.1 Знает функции, виды, технологии,	Знать

	ведения переговоров, этапы, правила и ограничения	- функции, виды, технологии, этапы, правила и ограничения переговорного процесса
	установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранном (-ых) языке (-ах).	Уметь - применять теоретические знания о переговорном процессе на практике
	ИДОПК-15.2 Использует различные техники ведения переговоров, в том числе на иностранном (-ых) языке (-ах)	Знания: - язык политкорректности, характерный для среды международного общения, необходимый для работы в многоэтнических и интернациональных группах; Умения: понимать устные информационные, повествовательные, описательные, аргументативные учебные и аутентичные устные тексты монологического, и диалогического характера по проблемам предметного содержания курса в зависимости от конкретной коммуникативной задачи; - при решении устных коммуникативных задач следить за высказыванием собеседника и реагировать на него. Навыки: - ведения переписки, переговоров, дискуссии, предусмотренные соответствующей коммуникативной задачей
ИДОПК-15.3 Использует различные техники установления профессиональных контактов	Знания: - сути содержания понятий	

		и развития профессионального общения, в том числе на иностранном (ых) языке (ах)	<p>«невербальная коммуникация», «официальная / неофициальная ситуация общения», «жанр устной коммуникации».</p> <p>Умения:</p> <p>- коммуникативно и культурно приемлемо вести устные телефонные разговоры на иностранном языке.</p> <p>Навыки:</p> <p>- способен налаживать диалогическое общение с сокурсниками, преподавателями, потенциальными работодателями (внимательно и активно слушая других, задавая при необходимости уточняющие вопросы, рассуждая о чем-либо, не провоцируя «защитную реакцию» у других, сдержанно выражая свои мысли и чувства, выражаясь точно и ясно, используя ясный и непротиворечивый язык жестов)</p>
Профессиональные компетенции			
ПК-1.	Способен подготовить план и техническое задание для проведения маркетингового исследования	ИПК-1.1. Выявляет проблемы и формулирует цели при планировании маркетингового исследования	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - базовые теоретические основы, функции, основные концепции и принципы маркетинга; - основные источники маркетинговой и бизнес информации; - ключевые методы ситуационного анализа; - основы стратегического маркетинга (маркетинг-менеджмента).

			<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - провести предварительные исследования задачи, используя академические, профессиональные и общедоступные источники; - Провести базовый ситуационный анализ с использованием ключевых современных методов (SWOT, PEST/ PESTLE) - Выявить ограничения и направления возможного решения задачи; - Обосновать необходимость и сформулировать цели маркетингового исследования <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - владения терминологией маркетинга и маркетинговых исследований
		<p>ИПК-1.2. Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды и типы маркетинговых исследований и их взаимосвязь с бизнес задачами; -типичные форматы и методы сбора, анализа и представления маркетинговой информации; -принципы принятия решений на основе данных маркетинговых исследований <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать маркетинговые инструменты в соответствии с бизнес-задачей, составить техническое задание для проведения маркетинговых исследований

			<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использования маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования в сфере креативных индустрий
		<p>ИПК-1.3.</p> <p>Разрабатывает техническое задание для проведения маркетингового исследования на основе анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - этапы разработки технического задания для проведения маркетингового исследования на основе анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг в сфере креативных индустрий <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -разрабатывать техническое задание для проведения маркетингового исследования на основе анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг в сфере креативных индустрий <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовкой плана и разработки технического задания для проведения маркетингового исследования в сфере креативных индустрий
		<p>ИПК-1.4.</p> <p>Осуществляет подготовку и согласование плана, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы подготовки и согласования плана, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования и ситуационного анализа <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -осуществлять подготовку и согласование плана, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования и ситуационного анализа <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовкой и согласованием плана, установлением сроков и требований к проведению маркетингового исследования и ситуационного анализа
ПК-2.	Способен подготовить решения по управлению проектом в	ИПК-2.1.	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> -основные маркетинговые
	информации и подготовку	Осуществляет сбор, анализ информации и подготовку	

сфере креативных индустрий	предложений по инициированию планированию проекта в сфере креативных индустрий	<p>инструменты, необходимые для планирования производства PR- кампании</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -организовывать и проводить маркетинговые исследования <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> -проведения мониторинга обратной связи для оценки эффективности реализованного коммуникационного продукта
	ИПК-2.2. Принимает участие в процессе подготовки решений по организации и контролю исполнения проекта в сфере креативных индустрий	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> -процесс подготовки решений по организации и контролю исполнения проекта в сфере креативных индустрий <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -подготавливать решения по организации и контролю исполнения проекта в сфере креативных индустрий <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> -принимать управленческие решения по организации и контролю исполнения проекта в сфере креативных индустрий
	ИПК-2.3. Участвует в составлении и реализации инвестиционного и финансового плана в процессе управления проектом в сфере креативных индустрий	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - как составлять и реализовывать инвестиционный и финансовый план в процессе управления проектом в сфере креативных индустрий <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -составлять инвестиционный и финансовый план в процессе управления проектом в сфере креативных индустрий <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> -реализации инвестиционного и финансового плана в процессе управления

			проектом в сфере креативных индустрий
		ИПК-2.4. Участвует в подготовке предложений по организации передачи заказчику результатов проекта, закрытию контрактов, завершению процессов проекта, сохранению накопленного опыта	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы управления объектами культурного наследия для участия в подготовке предложений по организации и контролю исполнения проекта в сфере креативных индустрий; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять знания по законодательной базе РФ, а также РФ в области развития, сохранения и управления объектами культурного наследия для участия в подготовке предложений по организации передачи заказчику результатов проекта, закрытию контрактов, завершению процессов проекта, сохранению накопленного опыта <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовки предложений по организации передачи заказчику результатов проекта, закрытию контрактов, завершению процессов проекта, сохранению накопленного опыта в сфере креативных индустрий
ПК-3.	Способен принимать участие в предпринимательской деятельности по выполнению бизнес-проектов в сфере креативных индустрий	ИПК-3.1. Участвует в процессе разработки бизнес-идеи новых бизнес-проектов в сфере креативных индустрий	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - процесс разработки бизнес-идеи новых бизнес-проектов в сфере креативных индустрий <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работать в коллективе - кооперироваться с коллегами в процессе разработки и реализации бизнес-идеи новых бизнес-проектов в сфере креативных индустрий

			<p>Навыки:</p> <p>-участия в процессе разработки бизнес-идеи в сфере креативных индустрий</p>
		<p>ИПК-3.2. Участвует в осуществлении ресурсного обеспечения текущих производственных, закупочных, сбытовых, маркетинговых, информационных, финансовых, инвестиционных бизнес-процессов в сфере креативных индустрий</p>	<p>Знания:</p> <p>-способы осуществления ресурсного обеспечения текущих производственных, закупочных, сбытовых, маркетинговых, информационных, финансовых, инвестиционных бизнес-процессов и принятия управленческих решений в сфере креативных индустрий</p> <p>Умения:</p> <p>- осуществлять ресурсное обеспечение текущих производственных, закупочных, сбытовых, маркетинговых, информационных, финансовых, инвестиционных бизнес-процессов и принятия управленческих решений в сфере креативных индустрий</p> <p>Навыки:</p> <p>-навыками осуществления ресурсного обеспечения текущих производственных, закупочных, сбытовых, маркетинговых, информационных, финансовых, инвестиционных бизнес-процессов и принятия управленческих решений в сфере креативных индустрий</p>
		<p>ИПК-3.3. Принимает участие в ведении предпринимательской деятельности и развитии бизнес-проектов посредством их реконструкции,</p>	<p>Знания:</p> <p>- способы ведения предпринимательской деятельности и развития бизнес-проектов посредством их реконструкции, акселерации, изменения масштабов</p> <p>Умения:</p>

		<p>акселерации, изменения масштабов</p>	<p>-ввести предпринимательскую деятельность и развивать бизнес-проекты посредством их реконструкции, акселерации, изменения масштабов, принимать управленческие решения Навыки: -введением предпринимательской деятельности и развитием бизнес-проектов посредством их реконструкции, акселерации, изменения масштабов, принятием управленческих решений</p>
		<p>ИПК-3.4 Участвует в координации процесса прекращения деятельности по решению предпринимательских задач разработки и выполнения бизнес-проектов в сфере креативных индустрий</p>	<p>Знания: - принципы координации прекращения деятельности по решению предпринимательских задач разработки и выполнения бизнес-проектов Умения: - координировать процесс прекращения деятельности по решению предпринимательских задач разработки и выполнения бизнес-проектов в сфере креативных индустрий Навыки: - координации процесса прекращения деятельности по решению предпринимательских задач разработки и выполнения бизнес-проектов в сфере креативных индустрий</p>
<p>ПК-4.</p>	<p>Способен организовывать проведение маркетингового исследования использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>ИПК-4.1. Осуществляет планирование, организацию сбора и обработку первичной и вторичной маркетинговой информации</p>	<p>Знания: - основные этапы планирования, обработки - этапы обработки первичной и вторичной маркетинговой информации Уметь: - планировать, организовывать сбор и обрабатывать информацию -проводить анализ Владеть: -навыками аналитической работы с информацией</p>
		<p>ИПК-4.2. Использует основные инструменты</p>	<p>Знания: -основные инструменты комплекса маркетинга при планировании, разработке и</p>

		<p>комплекса маркетинга при планировании, разработке и реализации маркетингового исследования</p>	<p>реализации маркетингового исследования</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать основные инструменты комплекса маркетинга при планировании, разработке и реализации маркетингового исследования <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - владения инструментами комплекса маркетинга для работы с планированием, разработкой и реализацией маркетингового исследования в области креативных индустрий
		<p>ИПК-4.3.</p> <p>Подготавливает отчеты и рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правила организации получения обратной связи от целевой аудитории - правила подготовки отчетов по деятельности <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать отчеты и рекомендации по совершенствованию деятельности в сфере креативных индустрий <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовки отчетов по совершенствованию деятельности в сфере креативных индустрий - организации получения обратной связи от целевой аудитории в сфере креативных индустрий

7.2. Рекомендации обучающимся по выполнению и защите выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа представляет собой самостоятельное комплексное научно-практическое исследование по одной из актуальных проблем соответствующей направлению подготовки.

Исследование должно свидетельствовать о способности автора к систематизации, закреплению и расширению полученных во время учебы теоретических знаний и практических навыков.

Выпускная квалификационная работа должна привить обучающемуся навыки творческого изучения и решения актуальных проблем управления в сфере креативных индустрий.

Выпускная квалификационная работа выполняется обучающимся по материалам, собранным им лично в период практик. Объектами исследования могут являться предприятия и организации сферы креативных индустрий.

При этом на основе применения методик творческого мышления (дизайн-мышления) обосновывается идея проекта, детально прописывается

суть проекта, и разрабатывается план его реализации. Результатом выполнения таких проектов является достижение экономического и социального эффекта.

Исходным моментом подготовки выпускной квалификационной работы является выбор темы проекта, основной проблемы исследования.

Тема работы может быть:

- реалистичная (реальный проект с реальными заказчиками);
- экспериментальная (старт-ап, идея и ее оформление).

Возможны социальные проекты. В данном случае тема проекта должна быть актуальной, учитывать индивидуальные интересы и предпочтения обучающегося, направлена на предстоящую практическую деятельность обучающегося.

МГИМО совместно с вузом-партнером (АНО ВО Универсальный университет) утверждает примерный перечень тем выпускных квалификационных работ, предлагаемых обучающимся (далее - перечень тем), и доводит его до сведения обучающихся не позднее чем за 6 месяцев до даты начала государственной итоговой аттестации. Выбранная тема должна быть согласована с научным руководителем и утверждена на заседании кафедры.

По письменному заявлению обучающегося (нескольких обучающихся, выполняющих выпускную квалификационную работу совместно) Университет может в установленном порядке предоставить обучающемуся (обучающимся) возможность подготовки и защиты выпускной квалификационной работы по теме, предложенной обучающимся (обучающимися), в случае обоснованности целесообразности ее разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности.

Для подготовки выпускной квалификационной работы за обучающимся (несколькими обучающимися, выполняющими выпускную квалификационную работу совместно) распорядительным актом МГИМО закрепляется руководитель выпускной квалификационной работы из числа работников организации и при необходимости консультант (консультанты) из вуза-партнера (АНО ВО Универсальный Университет). Обучающийся пишет заявление на утверждение темы.

Выбор темы обуславливает следующий шаг подготовительной работы – сбор и обработка соответствующей информации, которая сосредоточена в фундаментальной и монографической литературе, журнальных и газетных статьях, нормативных материалах, фактических данных и других источниках. Результаты этого этапа должны быть отражены во введении, в абзаце, посвященном степени изученности проблемы.

7.3. Примерные темы выпускных квалификационных работ (проектов)

1. Бенчмаркетинг как инструмент управления конкурентоспособностью в креативных индустриях

2. Инновационные методы стимулирования спроса на услуги в креативных индустриях
3. Разработка и продвижение креативных индустрий на внутреннем рынке
4. Разработка проект-плана мероприятий по реализации внешнеэкономической деятельности в креативных индустриях
5. Разработка бизнес-плана открытия предприятия в креативной индустрии (...)
6. Разработка стратегии по развитию креативных индустрий (...)
7. Разработка проект-плана сотрудничества предприятия культуры (....) и общеобразовательного учреждения (...) в рамках задач национального проекта России 2019-2024 "Человеческий капитал"
8. Выявление потребительских предпочтений с целью совершенствования маркетинговой деятельности организации в креативной индустрии
9. Конкурентные инновационные стратегии в креативных индустриях
10. Особенности формирования креативной индустрии (области, региона, края...)
11. Перспективы развития креативных индустрий в Москве (другом городе)
12. Разработка и управление инвестиционным проектом по использованию различных видов инноваций в условиях деятельности конкретных предприятий в креативных индустриях
13. Разработка рекламного продукта предприятия (организации) в креативных индустриях
14. Разработка рекламной стратегии предприятия (организации) в креативных индустриях
15. Арт коллаборации - преимущества для художника и бизнеса
16. Маркетинговые стратегии и трейлеры как медиаинструмент конкурентной политики на рынке в игровой индустрии
17. Ребрендинг/реопозиционирование как технология управления жизненным циклом товара
18. Маркетинговая стратегия выхода на рынок студии танцев
19. Влияние Influence маркетинга на потребительское поведение
20. Производственный менеджмент компании (оптимизация процессов)
21. Тенденции ИИ в маркетинге
22. АВМ: эффективность и релевантность инновационных подходов в Маркетинге
23. Роль социальной идентичности потребителя в разработке маркетинговой стратегии (на примере Gooue)
24. Стратегии позиционирования брендов в сфере нутрициологии на современном рынке
25. Влияние новых медиа на творческое мышление и инновации в креативных индустриях
26. Разработка и реализация маркетинговой стратегии для креативного бизнеса

27. Влияние социальных сетей на продвижение творческих продуктов и услуг
28. Трансформация роли искусства в современном обществе: креативные индустрии и культурный туризм
29. Анализ и прогнозирование развития рынка креативных индустрий в условиях цифровой экономики
30. Исследование влияния глобализации на локальные креативные индустрии
31. Роль интеллектуальной собственности в развитии креативных индустрий
32. Инновационные подходы к управлению творческими командами в креативных индустриях
33. Оценка влияния корпоративной социальной ответственности на репутацию и успех креативных компаний
34. Создание и продвижение брендов в креативных индустриях: стратегии и тактики
35. Использование технологий дополненной и виртуальной реальности в креативных индустриях
36. Развитие навыков творческого мышления и инноваций в креативных индустриях через образование и тренинги
37. Изучение опыта международных креативных кластеров и их влияния на локальные экономики
38. Определение и анализ ключевых факторов успеха в креативных индустриях на примере успешных стартапов

7.4. Структура выпускной квалификационной работы, независимо от выбранной темы, должна включать следующие составляющие:

Объем текстовой части, отражающей содержание выпускной квалификационной работы, должен составлять 50-60 страниц компьютерного набора, не считая приложений, библиографии и листов, связанных с оформлением исследования.

Структура выпускной квалификационной работы, независимо от избранной темы, должна включать следующие составляющие:

1. Титульный лист
2. Задание по подготовке выпускной квалификационной работы
3. Аннотация
4. Оглавление
5. Введение
6. Основная часть, состоящая из трех обязательных разделов.

Раздел (глава) I. Теоретические и методологические подходы к постановке конкретной проблемы.

Раздел (глава) II. Характеристика и анализ состояния объекта исследования.

Раздел (глава) III. Проектные решения и их обоснование в рамках изучаемой проблемы.

В каждой главе должно быть, как правило, 2-3 параграфа;

7. Заключение;
8. Список использованных источников;
9. Приложения.
10. Последний лист выпускной квалификационной работы
11. Конверт формата А4, в который должны быть вложены:
 - a) Отзыв научного руководителя
 - b) Рецензия^{1*}
 - c) Справка о практической значимости выпускной квалификационной работы^{2**}
 - d) диск с записью текста ВКР
 - e) список научных трудов
 - f) протокол проверки ВКР в системе «Антиплагиат». В протоколе должны быть указаны Ф.И.О. автора и название работы. Предельный допустимый объем заимствованного текста (цитаты, оформленные в соответствии с правилами цитирования) – не более 20%.

7.5. Содержание выпускной квалификационной работы.

Изложение материала ВКР должно подчиняться следующим основным требованиям:

- Выпускная квалификационная работа должна быть целостным и законченным исследованием. В ней должны быть рассмотрены все основные аспекты выделенного объекта и предмета исследования;
- Стиль изложения материала в выпускной квалификационной работе должен быть строго научным, логичным и доказательным, исключая моменты чрезмерной конкретизации и детализации материала, а также схематичного и конспективного изложения;
- Выпускная квалификационная работа должна быть написана простым, понятным языком, исключая простонародные выражения и усложненную научную фразеологию;
- Выпускная квалификационная работа должна включать пронумерованные формулы, рисунки, таблицы, графики и диаграммы и иные средства;

^{1*}Рецензия, как правило, оформляется представителем той организации, где ВКР проходила апробацию и заверяется подписью и печатью организации (может быть принята без печати только в том случае, если она выполнена на официальном бланке организации). Если нет возможности оформить рецензию в организации, кафедра направляет работу на внешнее рецензирование в другие ВУЗы.

^{2**}Предоставляется в случае, если полученные обучающимся результаты были внедрены в работу организации (например, были включены в инструктивные материалы; стали частью концепции деятельности подразделения и т. д.)

- Плагат и компиляция в научной работе в целом и в выпускной квалификационной работе в частности не допускаются. Необходимо четко указывать, из каких именно источников цитируется материал.

Титульный лист выпускной квалификационной работы оформляется по установленному образцу. Задание по подготовке выпускной квалификационной работы оформляется на типовом бланке (выдается на кафедре), подписывается обучающимся, научным руководителем и утверждается заведующим кафедрой.

Аннотация выпускной квалификационной работы должна быть представлена на русском языке, объемом не более одной страницы машинописного текста.

Содержание выпускной квалификационной работы выполняется по установленному образцу. В нем последовательно перечисляются заголовки разделов, подразделов, параграфов и приложений, указываются номера страниц, на которых они помещены. Содержание должно включать все заголовки, имеющиеся в выпускной квалификационной работе. Сокращать заголовки в содержании, давать их в иной редакции по сравнению с заголовками в тексте не допускается. Все разделы в тексте, кроме «Содержание», «Введение»,

«Заключение», «Список использованных источников» должны быть пронумерованы арабскими цифрами. Содержание необходимо располагать на отдельной странице.

Введение – это вступительная часть выпускной квалификационной работы, в которой необходимо:

- обосновать актуальность разрабатываемой темы (проекта);
- очертить границы исследования (объект, предмет, хронологические и/или географические рамки);
- сформулировать основную цель работы и подчиненные ей более частные задачи, решение которых связано с реализацией поставленной цели;
- определить теоретические основы и указать избранный метод (или методы) исследования;
- охарактеризовать теоретическую и практическую значимость ВКР, ее новизну;
- привести в алфавитном порядке список отечественных и зарубежных ученых и специалистов-практиков, внесших наиболее заметный вклад в исследование, анализ и решение проблем в тех областях, с которыми связана тема выпускной квалификационной работы, и труды которых использовались при её написании.

Введение должно начинаться с обоснования актуальности выбранной темы выпускной квалификационной работы. Освещение актуальности должно быть немногословным. Актуальность темы может подтверждаться ссылками на вновь принимаемые законы, указы, постановления органов государственной власти, касающиеся рассматриваемых в выпускной квалификационной работе вопросов. Практическое значение разработки темы выпускной квалификационной работы подчеркивается ее важностью в

решении общих проблем организации и осуществления управления.

Обязательным элементом введения является формулировка объекта и предмета исследования. Объект и предмет исследования как категории научного процесса соотносятся между собой как общее и частное.

Объект исследования – это какой-либо институт, система или предприятие (организация), а также объективный процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию и избранное для изучения.

Предмет исследования – это то, что исследователь выбирает для изучения в границах объекта исследования. Это предметная область, включающая в себя те стороны и свойства объекта, которые в наиболее полном виде выражают исследуемую проблему и подлежат изучению. Именно на предмет исследования направлено основное внимание обучающегося, именно предмет определяет тему выпускной квалификационной работы, которая обозначается на титульном листе как заглавие.

Обоснование выбора объекта и предмета ВКР подтверждается доказательствами их значения в решении вопросов совершенствования процессов в сфере креативных индустрий, актуальностью темы.

Обоснование выбора конкретного объекта изучения (как правило, с ним знакомятся в процессе прохождения практики) сопровождается ссылками на основные показатели, важнейшие критерии и фактические данные, характеризующие действительное положение дел, реальные ситуации в практике функционирования объекта исследования, предмете осуществляемой им деятельности. В итоге четко формулируется конкретная проблема, цель и задачи исследования.

В качестве цели выпускной квалификационной работы следует определять конечный результат работы. Формулировка цели должна быть ясной, краткой, недвусмысленной, соответствующей объему предмета исследования и должна обязательно согласовываться с названием работы.

Для достижения поставленной цели следует сформулировать ряд задач, решение которых предполагается в исследовании (примерно 4-6). Определение задач осуществляется в форме перечисления с использованием ряда стандартных начальных слов: охарактеризовать..., уточнить..., классифицировать..., рассмотреть..., установить..., выявить..., сформулировать..., построить..., разработать..., предложить... и т.п.

Содержание и структура выпускной квалификационной работы должны быть согласованы с перечнем поставленных задач. Формулировку задач необходимо продумывать как можно более тщательно, поскольку описание их решения должно составить содержание разделов выпускной квалификационной работы. Это важно также и потому, что заголовки разделов или параграфов рождаются именно из формулировок задач выпускной квалификационной работы.

Обязательным элементом введения выпускной квалификационной работы является указание на методы исследования, которые служат инструментом в добывании фактического материала, его классификации,

обобщении, а также в его теоретическом осмыслении, формулировке гипотез, теоретических построений и практических рекомендаций.

Обычно во введении отмечается, что теоретической и методологической основой исследования служат труды ведущих в данной области отечественных и зарубежных ученых (указываются наиболее авторитетные авторы), федеральное и региональное законодательство, а также указываются те или иные применяемые в работе методы исследования (системного, абстрактно-логического, сравнительного, экономического анализа и т.п.) и инструменты (метод экспертных оценок, математического моделирования, выбора приоритетов, контент-анализ, ивент-анализ, опрос, «дерево целей» и т.п.).

Во введении описываются и другие элементы научного процесса. К ним, в частности, относят указание, на каком конкретном материале выполнена сама работа (материалы преддипломной практики, периодическая печать и т.п.)

С параметрами, необходимыми для введения, рекомендуется предварительно определиться уже при выборе темы. Это не значит, что написание работы следует начинать непременно с введения. Оно предваряет ВКР. Однако в зависимости от индивидуальных особенностей авторского творчества оно может быть написано, как на начальном, так и на конечном этапах выполняемой работы. Это связано с тем, что в начале исследования введение пишется для того, чтобы автор мог лучше представить себе направление своих исследовательских поисков, так как это помогает ему сгруппировать замыслы и наметить план. Если введение в основном готовится в конце работы, когда основная часть текста выпускной квалификационной работы уже написана, то это делается для того, чтобы лучше охарактеризовать работу целиком с помощью тех параметров, которые заданы во введении. В большинстве случаев на практике оба этих подхода объединяются и обучающийся, работая над основным текстом ВКР, постоянно возвращается к тексту введения и совершенствует его.

Стиль изложения введения – тезисный, форма изложения постановочная.

По объему введение должно составлять в среднем 3 -4 страницы и не должно превышать 10% от общего объема выпускной квалификационной работы.

Следует помнить, что по содержательности и качеству написания введения можно судить о степени компетентности автора, его знании освещаемой проблемы, а также составить мнение о характере работы в целом.

Основная часть выпускной квалификационной работы состоит из двух-трех глав, общим объемом не менее 60 страниц. Содержание должно точно соответствовать заявленной теме работы и полностью раскрывать данную тему и сформулированные вопросы исследования.

По своему содержанию и оформлению теоретическая часть ВКР должна отвечать следующим требованиям:

- должна отражать историю и опыт развития подходов к решаемым задачам;
- иметь целевую направленность на достижение конкретных практически значимых результатов, связанных с повышением качества и эффективности систем в области креативных индустрий;
- отличаться конкретностью, способностью автора применять полученные знания с учетом специфики конкретной организации или региона;
- соответствовать современному уровню научных разработок, методических положений и рекомендаций, отраженных в специальной литературе;
- отражать способность автора самостоятельно вырабатывать и защищать оригинальные подходы к решению теоретических и практических задач;
- обеспечить реалистичность предлагаемых результатов ВКР и предлагаемых решений;
- продемонстрировать целостность, логичность, доказательность, лаконизм, четкое и ясное изложение материала, а также достоверность представленных фактов;
- иметь высокую культуру оформления.

Проектная часть может содержать следующие разделы:

- Обоснование актуальности и оригинальности проекта
- Основные этапы реализации проекта.
- Программа продвижения проекта.
- Бюджетирование проекта.
- Необходимые ресурсы и распределение работ в разработке и реализации проекта.
- Мотивирование участников.
- Измерение и оценка результатов проекта.
- Эффективность рекламных каналов.
- Финансовые показатели.
- Сайт проекта.
- Основные содержательные блоки сайта.
- Спонсорство. Оценка финансовой выгоды от привлечения спонсора.
- Статус и размер спонсорского вложения.

Заключение обобщает результаты проведенного исследования и показывает их связь с поставленной целью и задачами исследования, а также раскрывает научную и практическую значимость полученных результатов. При этом оно не может подменяться механическим повторением выводов по отдельным главам.

В нём обязательно следует отразить оценку общего состояния объекта исследования, основные выводы по теоретическим аспектам проекта, итоги проведенного анализа, перечень и краткую характеристику предлагаемых мероприятий, их административную, экономическую и социальную эффективность.

Заключение должно быть связано с введением, где представлены цели и задачи ВКР. Главное внимание следует обратить на результаты исследования.

Заключение может быть представлено в виде пронумерованных

тезисов, кратко излагающих основную мысль.

Объем этого раздела должен составлять примерно 2-4 страницы.

Список использованных источников является органической частью любой исследовательской работы. Он помещается после основного текста работы и позволяет автору документально подтвердить достоверность и точность приводимых в тексте заимствований: цитат, идей, фактов, таблиц, иллюстраций, формул, текстов и других документов, на основе которых строится исследование.

Список использованных источников показывает глубину и широту изучения темы, демонстрирует эрудицию и культуру исследования.

Список использованных источников и приложения по количеству страниц не регламентируются, поскольку не входят в текстовую часть выпускной квалификационной работы. Объёмы этих составляющих определяются обучающимся по согласованию с руководителем выпускной квалификационной работы.

При оформлении выпускной квалификационной работы используется ГОСТ 7.32-91, ГОСТ 7.32-2001 (последняя редакция 2005), ГОСТ 7.0.5-2008 (дата введения 01.01.2009).

Каждый документ, включенный в список литературы, должен быть описан в соответствии с требованиями стандартов «Системы стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу» (СИБИД):

- ГОСТ 7.1-2003. Библиографическая запись, библиографическое описание. Общие требования и правила составления. – М.: Изд-во стандартов. 2004. – 48 с.
- ГОСТ 7.12-93. Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила. – М.: Изд-во стандартов, 1995. – 18 с.
- ГОСТ 7.11-2004. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на иностранных европейских языках. – М.: Стандартинформ, 2005. – 83 с.
- ГОСТ 7.0.100-2018. Библиографическая запись. Библиографическое описание. М.: Стандартинформ, 2018. – 128 с.

В приложения включаются материалы, имеющие дополнительное справочное или документально подтверждающее значение, но не являющиеся необходимыми для понимания содержания выпускной квалификационной работы, например, копии документов, выдержки из отчетных материалов, отдельные положения из инструкций и правил, статистические данные. Приложения не должны составлять более 1/3 общего объема выпускной квалификационной работы.

При завершении выпускной квалификационной работы обучающемуся рекомендуется самостоятельно проверить подготовленный материал на соответствие предъявляемым требованиям и провести проверку через систему «Антиплагиат».

8. Фонд оценочных средств для проведения защиты выпускной квалификационной работы

8.1. Паспорт фонда оценочных средств

п/п	Контролируемые разделы (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или её части) /	Наименование оценочного средства
1	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	ИУК-1.1; ИУК-1.2; ИУК-1.3; ИУК-2.1; ИУК-2.2; ИУК-3.1; ИУК-3.2; ИУК-4.1; ИУК-4.2; ИУК-4.3; ИУК-4.4; ИУК-4.5; ИУК-5.1; ИУК-5.2; ИУК-6.1; ИУК-6.2; ИУК-7.1; ИУК-7.2; ИУК-8.1; ИУК-8.2; ИУК-8.3; ИУК-9.1; ИУК-9.2; ИУК-9.3; ИУК-10.1; ИУК-10.2; ИУК-10.3; ИУК-11.1; ИУК-11.2; ИОПК-1.1; ИОПК-	Выпускная квалификационная работа

		1.2; ИОПК-1.3.; ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-3.3; ИОПК- 4.1; ИОПК-4.2; ИОПК-4.3; ИОПК-5.1; ИОПК- 5.2; ИОПК-5.3; ИОПК-6.1; ИОПК- 6.2; ИОПК-6.3; ИПК-1.1; ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-1.4; ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК- 2.3; ИПК-2.4; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК- 4.3; ИПК-4.4; ИДОПК-1.1; ИДОПК-1.2; ИДОПК-1.3; ИДОПК-2.1; ИДОПК-2.2; ИДОПК-2.3; ИДОПК-3.1; ИДОПК-3.2; ИДОПК-3.3;	
--	--	---	--

	<p>ИДОПК-4.1; ИДОПК-4.2; ИДОПК-4.3; ИДОПК-5.1; ИДОПК-5.2; ИДОПК-5.3; ИДОПК-6.1; ИДОПК-6.2; ИДОПК-6.3; ИДОПК-7 .1; ИДОПК-7 .2; ИДОПК-7 .3; ИДОПК-8.1; ИДОПК-8.2; ИДОПК-8.3; ИДОПК-9.1; ИДОПК-9.2; ИДОПК-9.3; ИДОПК-10.1; ИДОПК-10.2; ИДОПК-10.3; ИДОПК-11.1; ИДОПК-11.2; ИДОПК-11.3; ИДОПК-14.1; ИДОПК-14.2; ИДОПК-14.3; ИДОПК-15.1; ИЦК-1.1; ИЦК-1.2; ИЦК-1.3; ИЦК-1.4; ИЦК-1.5; ИЦК-2.1; ИЦК-2.2; ИЦК-2.3; ИЦК-2.4; ИЦК-2.5; ИЦК-3.1; ИЦК-3.2; ИЦК-3.3;</p>	
--	--	--

		ИЦК-3.4; ИЦК-4.1; ИЦК-4.2; ИЦК-4.3; ИЦК-4.4; ИЦК-5.1; ИЦК-5.2; ИЦК-5.3; ИЦК-6.1; ИЦК-6.2; ИЦК-6.3	
--	--	--	--

8.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

а) Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	Выпускная квалификационная работа	<p>Выбор темы исследования, обоснование ее актуальности и теоретической значимости</p> <p>Постановка целей и задач, определение объекта и предмета исследования</p> <p>Определение методологического аппарата исследования</p> <p>Научная новизна исследования</p> <p>Оригинальность подхода</p> <p>Выбор методики исследования</p> <p>Обоснование практической значимости</p> <p>Формулирование конкретных авторских предложений</p> <p>Логичность и структурированность работы</p> <p>Сбор и систематизация литературы по теме</p> <p>Соответствие темы и содержания</p> <p>Объем анализируемого материала</p> <p>Формулирование выводов</p>	Примерная тематика ВКР

		<p>Качество оформления работы</p> <p>Язык и стиль изложения</p> <p>Список литературы</p> <p>Представление иллюстративного материала</p> <p>Подготовка доклада</p> <p>Защита ВКР, презентация и ответы на вопросы</p>	
--	--	--	--

8.3. Описание шкал оценивания

1	Выпускная квалификационная работа	A (90-100%)	Свободное владение терминологией, умение сопровождать теорию обильным количеством практических примеров, умение анализировать и делать общие выводы, исходя из частных примеров, ясное и убедительное рассуждение;
		B (82-89%)	Достаточно хорошее знание терминологии, умение переходить от частного к общему при анализе теоретического материала, умение снабдить изложение соответствующими примерами, в целом работа хорошо аргументирована и убедительна
		C (75-81%)	Удовлетворительное знание терминологии, построение и анализ при отсутствии оригинальности или критического осмысления материала, способность привести практический пример
		D (67-74%)	Логика слабая, слабое знание терминологии, неспособность привести практические подтверждения теории
		E (60-66%)	Логика крайне слабая, отсутствует или неадекватна выбранной теме, полное незнание терминологии, неспособность привести практические примеры
		F (менее 60%)	Работа не выполнена или не соответствует предъявляемым требованиям

8.4. Типовые задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков в ходе проведения государственной итоговой аттестации

Задание на выпускную квалификационную работу

Задание на выпускную квалификационную работу составляется перед началом преддипломной практики. Оно предусматривает:

- название темы выпускной квалификационной работы (в строгом соответствии с приказом);
- срок представления проекта к защите;
- исходные данные к работе;
- содержание работы (перечень подлежащих разработке вопросов);
- перечень графического материала (по необходимости);
- консультанты по проекту с указанием относящихся к ним разделов;
- сроки выполнения основных частей выпускной квалификационной работы;
- рекомендуемая специальная литература;
- дата выдачи задания.

Задание готовится руководителем работы, оформляется дипломником в двух экземплярах и утверждается заведующим выпускающей кафедрой. Оно выдаётся студенту и является в дальнейшем неотъемлемой частью представляемой к защите выпускной квалификационной работы.

Все замечания заведующего выпускающей кафедрой по заданию являются для научного руководителя и студента обязательными. После утверждения задания заведующим выпускающей кафедрой оно может быть изменено только в исключительных случаях.

Шкала оценивания

Защитная речь (изложение актуальности, цели, задач, источников, методов, структуры работы, основных выводов) – 50%

Ответы на дополнительные вопросы – 50%

9. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для подготовки к защите и защиты выпускной квалификационной работы

а) Официальные документы (в последней редакции):

8. ГОСТ 7.1-2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления

9. ГОСТ Р 7.0.5—2008. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления

10. ГОСТ 7.80-2000. Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления.

11. ГОСТ 7.82-2001. Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления.

12. Гост 7.0.100-2018. Библиографическая запись. Библиографическое описание. М.: Стандартинформ, 2018. – 128 с.

13. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г.

14. Законопроект № 474016-8 О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации

б) Основная учебная литература:

31. GR и лоббизм: теория и технологии: учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 438 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14000-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511288>

32. Анашвили, В. В. Экономика культуры: культурные индустрии и эффективное развитие территорий: учебное пособие: [16+] / В. В. Анашвили; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. — Москва: Дело, 2021. — 66 с.: ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694884>

33. Баканов, Е. А. Управление услугами сферы культуры: учебное пособие для вузов / Е. А. Баканов, А. С. Тельманова, Н. М. Трусова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 202 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14442-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496997>

34. Барышева, Т. А. Психология творчества: учебник для вузов / Т. А. Барышева. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 300 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13240-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519285>

35. Горелов, Н. А. Методология научных исследований: учебник и практикум для вузов / Н. А. Горелов, Д. В. Круглов, О. Н. Кораблева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 365 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03635-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489442>

36. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование: учебное пособие для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06590-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515454>

37. Звегинцева, Е. А. Правовые аспекты творческого предпринимательства: практикум кинопродюсера: учебное пособие / Е. А. Звегинцева; Всероссийский государственный институт кинематографии им. С.А.

- Герасимова (ВГИК). – Москва: Юнити-Дана, 2021. – 305 с. – (Продюсерство).
– Режим доступа: по подписке. –
URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685822> – Библиогр.: с. 264-265. – ISBN 978-5-238-03530-7. – Текст: электронный.
38. Инновационный маркетинг: учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510978>
39. Казакова, Н. А. Современный стратегический анализ: учебник и практикум для вузов / Н. А. Казакова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 469 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11138-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511185>
40. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16873-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531939>
41. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации: учебник / под ред. А. Я. Кибанова. — 4-е изд., доп. и перераб. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 695 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003671-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1951170>
42. Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебник и практикум для вузов / С. Г. Коленько. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01521-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511453>
43. Кукушкина, В. В. Организация научно-исследовательской работы студентов (магистров): учебное пособие / В. В. Кукушкина. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 264 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-004167-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1157859>
44. Мастерство продюсера кино и телевидения: учебник / под ред. П. К. Огурчикова, В. И. Сидоренко, В. В. Падейского. – Москва: Юнити-Дана, 2017. – 860 с.: табл., граф., ил, схемы – (Медиаобразование). – Режим доступа: по подписке. –
URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684887>– Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01329-9. – Текст : электронный.
45. Методы принятия управленческих решений: учебное пособие для вузов / П. В. Иванов [и др.]; под редакцией П. В. Иванова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16409-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530956>

46. Мкртычян, Г. А. Принятие управленческих решений: учебник и практикум для вузов / Г. А. Мкртычян, Н. Г. Шубнякова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 140 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13827-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519760>
47. Одегов, Ю. Г. Управление персоналом: учебник и практикум для вузов / Ю. Г. Одегов, Г. Г. Руденко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 445 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11503-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531529>
48. Олешко, В. Ф. Психология журналистики: учебник и практикум для вузов / В. Ф. Олешко. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00613-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511295>
49. Основы продюсерства: аудиовизуальная сфера: учебник / В. В. Арсеньев, И. Д. Барский, А. Л. Богданов [и др.]; под ред. Г. П. Иванова, П. К. Огурчикова, В. И. Сидоренко. — Москва: Юнити-Дана, 2017. — 720 с.: ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684549>. — ISBN 5-238-00479-6. — Текст: электронный.
50. Основы социального предпринимательства: учебное пособие для вузов / Е. М. Белый [и др.]; под редакцией Е. М. Белого. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 178 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11579-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518446>
51. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. — 18-е изд., стер. — Москва: Дашков и К°, 2022. — 538 с.: ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684499>
52. Поляков, Н. А. Управление инновационными проектами: учебник и практикум для вузов / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15534-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511434>
53. Развитие творческого потенциала личности в образовательном процессе: практическое пособие / О. В. Коршунова [и др.]; ответственные редакторы О. В. Коршунова, О. Г. Селиванова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 319 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-12678-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518805>
54. Райзберг, Б. А. Диссертация и ученая степень: научно-практическое пособие / Б. А. Райзберг. — 11-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М,

2022. — 253 с. — (Менеджмент в науке). - ISBN 978-5-16-017457-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1854922>

55. Розанова, Н. М. Экономика для менеджеров. В 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / Н. М. Розанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 234 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00173-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512175>

56. Розанова, Н. М. Экономика для менеджеров. В 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для вузов / Н. М. Розанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00174-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513870>

57. Рязанова, О. Е., Креативная экономика: учебное пособие / О. Е. Рязанова, Л. С. Леонтьева, Л. Н. Орлова, В. П. Золотарева. — Москва: КноРус, 2022. — 133 с. — ISBN 978-5-406-09201-9. — URL: <https://book.ru/book/943017> — Текст: электронный.

58. Синяева, И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938>

59. Управление персоналом: учебник и практикум для вузов / А. А. Литвинюк [и др.]; под редакцией А. А. Литвинюка. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 461 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14697-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510735>

60. Финансы некоммерческих организаций: учебник и практикум для вузов / И. В. Ишина [и др.]; под редакцией И. В. Ишиной. — 3-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 330 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-13656-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/478019>

б) Дополнительная учебная литература:

45. Аликперов, И. М. Фандрайзинг в креативных индустриях: учебное пособие: / И. М. Аликперов. — 2-е изд. — Москва: Директ-Медиа, 2023. — 152 с.: ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697144> — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-4499-3434-5. — Текст: электронный.

46. Баканов, Е. А. Управление услугами сферы культуры: учебное пособие для вузов / Е. А. Баканов, А. С. Тельманова, Н. М. Трусова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 202 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14442-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496997>

47. Бенасси, Ж. Макроэкономическая теория: учебник / Ж. Бенасси; под науч. ред. М. И. Левина; пер. с англ. И. М. Агеевой, М. И. Левина ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва: Дело, 2022. – 592 с.: ил. – (Академический учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694870>
48. Бердяев, Н. А. Смысл творчества: опыт оправдания человека / Н. А. Бердяев. – Москва: Директ-Медиа, 2008. – 422 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=42180>
49. Божук С.Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С.Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 304 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490827>
50. Бойцова, Е. Ю. Микроэкономика и макроэкономика: актуальные проблемы: учебник и практикум для вузов / Е. Ю. Бойцова, Н. К. Вошикова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15458-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517944>
51. Горелов, Н. А. Управление человеческими ресурсами: современный подход: учебник и практикум для вузов / Н. А. Горелов, Д. В. Круглов, О. Н. Мельников; под редакцией Н. А. Горелова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 270 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00650-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512228>
52. Дементьева А.Г. Современная практика управления персоналом в российских и зарубежных компаниях [Текст]: Учебник/ А.Г. Дементьева, М.И. Соколова; МГИМО (У) МИД России. - М.: Магистр, 2017. – 606 с.
53. Дубровин, И. А. Поведение потребителей: учебное пособие / И. А. Дубровин. — 4-е изд. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 310 с. - ISBN 978-5-394-01475-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093183>
54. Звегинцева, Е. А. Правовые аспекты творческого предпринимательства: практикум кинопродюсера: учебное пособие / Е. А. Звегинцева; Всероссийский государственный институт кинематографии им. С. А. Герасимова (ВГИК). – Москва: Юнити-Дана, 2021. – 305 с. – (Продюсерство). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685822>
55. Инновационный маркетинг: учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510978>
56. Каменец, А. В. Основы культурно-досуговой деятельности: учебник для вузов / А. В. Каменец, И. А. Урмина, Г. В. Заярская; под научной

редакцией А. В. Каменца. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06403-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513760>

57. Карташова, Л. В. Управление человеческими ресурсами: учебник / Л.В. Карташова. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 235 с. — (Учебники для программы MBA). - ISBN 978-5-16-002196-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1915461>

58. Кибальченко, И. А. Психология креативности, одаренности и гениальности: учебник: [16+] / И. А. Кибальченко, Т. В. Эксакусто ; Южный федеральный университет. — Ростов-на-Дону; Таганрог: Южный федеральный университет, 2021. — 239 с.: ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691296>

59. Кибанов, А.Я., Управление персоналом организации: актуальные технологии найма, адаптации и аттестации: учебное пособие / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. — Москва: КноРус, 2022. — 358 с. — ISBN 978-5-406-09992-6. — URL:<https://book.ru/book/944594>

60. Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебник и практикум для вузов / С. Г. Коленько. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01521-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511453>

61. Коноплева, Н. А. Сервис в современной культуре: учебное пособие: [16+] / Н. А. Коноплева. — Электронная версия печатного издания. — Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. — 334 с.: ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574375>

62. Кузьменко, Н. П. Разработка рекламной кампании торговой сети и оценка ее эффективности: практическое пособие / Н. П. Кузьменко. — Москва: Лаборатория книги, 2011. — 144 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142008>

63. Курумчина, А. Э. Социокультурные коммуникации. Проекты социальных трансформаций и всемирные выставки: учебное пособие для вузов / А. Э. Курумчина. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 119 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10770-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517273>

64. Макроэкономика для управленческих специальностей: учебник и практикум для вузов / Г. А. Родина [и др.]; под редакцией Г. А. Родиной. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 471 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13912-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510781>

65. Маркетинг территорий: учебник для вузов / А. А. Угрюмова [и др.]; под общей редакцией А. А. Угрюмовой, М. В. Савельевой, Е. В. Ерохиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 446 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14967-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515029>

66. Маркетинг территорий: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511043>

67. Маслоу, А. Г. Новые рубежи человеческой природы: Научное / Маслоу А.Г., Балл Г.А., Попогребский А.П., - 2-е изд. - Москва: Альпина нон-фикшн, 2016. - 496 с. ISBN 978-5-91671-116-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/915444>

68. Намаконов, И. М. Креативность: 31 способ заставить мозг работать / Игорь Намаконов. - Москва: Альпина Паблишер, 2019. - 264 с. - (4К—навыки будущего). - ISBN 978-5-96142-638-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078519>

69. Общая психология. В 7 т. [Текст]: учебник. Т. 2. Гусев А. Н. Ощущение и восприятие / А. Н. Гусев; Под ред. Б. С. Братуся; Мин. обр.РФ для студ. вузов, обуч. по направл. Психология. - М.: Академия, 2007,2009. - 416 с. - ISBN 978-5-7695-3361-7(Т.2). - ISBN 978-5-7695-3817-9:

70. Основы инновационной деятельности: учебник для среднего профессионального образования / С. В. Мальцева [и др.]; ответственный редактор С. В. Мальцева. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 527 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12095-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518737>

71. Пронин, А. А. Правовое регулирование в сфере культуры: учебник для вузов / А. А. Пронин. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 169 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14760-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520286>

72. Пугачев, В. П. Управление персоналом организации: учебник и практикум для вузов / В. П. Пугачев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 402 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08905-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516031>

73. Система 4К: коммуникация, критическое мышление, креативность, командная работа: практикум: [16+] / Е. Н. Агапова, П. А. Бавина, А. П. Панфилова [и др.]; Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена. – Санкт-Петербург: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена (РГПУ), 2022. – 252 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691549>

74. Современная практическая психология в обеспечении ресурсов самореализации личности / Ю. В. Обухова, Е. В. Зинченко, Е. В. Белова,

И. В. Афанасенко; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2016. – 305 с.: схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL:

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493318>

75. Теплова, Т. В. Инвестиции в 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для вузов / Т. В. Теплова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 382 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01820-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512509>

76. Ткаченко, Н. В. Креативная реклама: технологии проектирования: учебное пособие / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко; под ред. Л. М. Дмитриевой. — Москва: Юнити-Дана, 2017. — 336 с. — (Азбука рекламы). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684529>

77. Турчаева, И. Н. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски: учебник и практикум для вузов / И. Н. Турчаева, Я. Ю. Таенчук. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 215 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15778-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509684>

78. Тюрин, П. Т. Ψ-DESIGN: введение в психологию дизайнерского творчества: [16+] / П. Т. Тюрин. — Москва: ФЛИНТА, 2020. — 136 с.: ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611210>

79. Управление конкурентоспособностью: учебник для вузов / Е. А. Горбашко [и др.]; под редакцией Е. А. Горбашко, И. А. Максимцева. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 407 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13922-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510772>

80. Управление человеческими ресурсами в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / С. А. Барков [и др.]; под редакцией С. А. Баркова, В. И. Зубкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 183 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7303-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511489>

81. Управление человеческими ресурсами в 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для вузов / С. А. Барков [и др.]; ответственные редакторы С. А. Барков, В. И. Зубков. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 245 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7304-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512623>

82. Управление человеческими ресурсами: учебник и практикум для вузов / О. А. Лапшова [и др.]; под общей редакцией О. А. Лапшовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 406 с. — (Высшее образование). —

ISBN 978-5-9916-8761-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511328>

83. Управление человеческими ресурсами: учебник для вузов / И. А. Максимцев [и др.]; под редакцией И. А. Максимцева, Н. А. Горелова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 467 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-99951-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510775>

84. Феденева И.Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие для вузов / И.Н. Феденева, В.П. Нехорошков, Л.К. Комарова; ответственный редактор В.П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 205 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491576>

85. Фромм, Э. Искусство любить [Текст]: Пер. с англ. / Э. Фромм ; Под ред. Д. А. Леонтьева. - 2-е изд. - СПб.: Азбука-классика, 2005. - 224 с. - ISBN 5-352-00758-8:

86. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации: учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520372>

87. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. — Москва: Директ-Медиа, 2022. — 185 с.: ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507> (дата обращения: 13.03.2023). — Библиогр.: с. 174. — ISBN 978-5-4499-3059-0. — Текст: электронный.

88. Экономика предприятия: учебник и практикум для вузов / А. В. Колышкин [и др.]; под редакцией А. В. Колышкина, С. А. Смирнова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 479 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15122-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511211>

в) Литература для факультативного чтения:

32. Атлас креативных индустрий. \ Т. Журавлёва, И. Токарев, О. Гай. Агентство стратегических инициатив, 2021\ Режим доступа: свободный. — URL:

<https://urban.ranepa.ru/spetsialnaya-literatura/kreativnaya-ekonomika-kreativnye-industrii-i-klastery/atlas-kreativnykh-industriy-rossiyskoy-federatsii/> — Текст: электронный

33. Баскина Т.В. Техники успешного рекрутмента / Т.В. Баскина. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 211 с.// <http://znanium.com/catalog/product/925551>.

34. Беднов С. С. и др. Краткий словарь терминов и ключевых понятий ивент индустрии. Выставочно-конгрессные центры. http://rnc-consult.ru/netcat_files/userfiles/docs/KratkijSlovarTerminov2020.pdf

35. Боярский А.И. Хедхантеры [Электронный ресурс] / А.И. Боярский. - М.: КНОРУС; ЦИПСИР, 2011. - 336 с. - ISBN 978-5-406-01298-7.: <http://znanium.com/catalog/product/521993>.
36. Грибов, В. Д. Управленческая деятельность: учебник и практикум для вузов / В. Д. Грибов, Г. В. Кисляков. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03910-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511089>
37. Григорьев, А. А. География всемирного наследия: учебное пособие для вузов / А. А. Григорьев. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15893-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510205>
38. Григорьев, А. А. География культуры: учебное пособие для вузов / А. А. Григорьев. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 372 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14386-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520131>
39. Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии: теории и практики. 2-е изд., испр., доп. М.: ТВ RUGRAM, 2021.
40. Кинодистрибуция: теория и практика: учебное пособие / под ред. В. И. Сидоренко, Л. А. Ланиной, Н. Б. Ромодановской; Всероссийский государственный институт кинематографии им. С.А. Герасимова (ВГИК). – Москва: Юнити-Дана, 2021. – 401 с.: ил., табл., схем. – (Продюсерство). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685794>– ISBN 978-5-238-03508-6. – Текст: электронный.
41. Киселева, А. М. Публичные решения: учебное пособие для вузов / А. М. Киселева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 170 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14349-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519801>
42. Климович, Н. Г. Контент: топовые техники SEO-продвижения: практическое пособие: [16+] / Н. Г. Климович. – Москва; Вологда: Инфра-Инженерия, 2021. – 320 с.: ил., табл., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618236>
43. Кокурин, Д. И. Основы рециклинга. Общая теория: учебное пособие для вузов / Д. И. Кокурин, К. Н. Назин. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10771-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517968>
44. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR: учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст:

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510921>

45. Креативные индустрии России: тенденции и перспективы развития / Т. Абанкина, Е. Николаенко, В. Романова, И. Щербакова. М.: Grey Matter, 2021. URL:

<https://urban.ranepa.ru/spetsialnaya-literatura/kreativnaya-ekonomika-kreativnyein-dustrii-i-klastery/kreativnye-industrii-rossii-tendentsii-i-perspektivy-razvitiya/>

46. Креативный менеджмент: учебное пособие: [16+] / Г. З. Ахметова, В. Н. Иванов, М. Ю. Маковецкий, Д. В. Рудаков ; Омский государственный технический университет. – Омск: Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2020. – 112 с.: ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683173> – Библиогр.: с. 106-109. – ISBN 978-5-8149-3103-0. – Текст: электронный

47. Логинов, Б. Б. Международный банковский бизнес: учебное пособие для вузов / Б. Б. Логинов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 179 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00740-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512223>

48. Мансуров, Р. Е. Настольная книга директора по персоналу: практическое пособие / Р. Е. Мансуров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 384 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-08165-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510849>

49. Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.]; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511247>

50. Масалова, Ю. А. Инновационный менеджмент в управлении персоналом: учебное пособие для вузов / Ю. А. Масалова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 191 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13908-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519747>

51. Михайлин, А. Н. Международный офшорный бизнес: учебное пособие для вузов / А. Н. Михайлин, Е. Н. Смирнов, Б. Б. Логинов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 191 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10834-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518042>

52. Мотышина М.С. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для вузов / М.С. Мотышина, А.С. Большаков, В.И. Михайлов; под редакцией М.С. Мотышиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 282 с. — Текст: электронный //

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/498957>

53. Немировская, М. Л. Телевидение как среда для реализации продюсерских проектов / М. Л. Немировская. — Москва: Юнити-Дана, 2017. — 200 с.: схем., табл., ил. — (Медиаобразование). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683207> — Библиогр.: с. 161-164. — ISBN 978-5-238-02463-9. — Текст: электронный.

54. Пайн, Д. Б. Экономика впечатлений: как превратить покупку в захватывающее действие: / Д. Б. Пайн, Д. Х. Гилмор ; ред. В. Кулаков ; пер. с англ. Н. Ливинской, Е. Борисова. — Москва: Альпина Паблишер, 2018. — 382 с. : схем. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495619> — ISBN 978-5-9614-6681-2. — Текст : электронный.

55. Передера, Ж. С. Анализ слияний и поглощений: учебное пособие для вузов / Ж. С. Передера, А. В. Федоров. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 140 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14819-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520193>

56. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба: учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12233-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516818>

57. Психология бизнеса: учебник для магистров / Н. Л. Иванова [и др.]; под общей редакцией Н. Л. Ивановой, В. А. Штроо, Н. В. Антоновой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 509 с. — (Магистр). — ISBN 978-5-9916-2972-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/508753>

58. Родыгина, Н. Ю. Организация и техника внешнеторговых переговоров: учебное пособие для вузов / Н. Ю. Родыгина, В. В. Емельянов, С. В. Молева. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 174 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12239-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518261>

59. Симонин П.В. Научная энциклопедия по управлению персоналом и HR-менеджменту: учебно-методическое пособие / Симонин П.В., Богачева Т.В. — Москва: Русайнс, 2022. — 92 с. — ISBN 978-5-4365-9307-4. — URL: <https://book.ru/book/944007>

60. Управление человеческими ресурсами: учебник для вузов / И. А. Максимцев [и др.]; под редакцией И. А. Максимцева, Н. А. Горелова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 467 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-99951-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510775>

61. Флорида Р. Кто твой город? Креативная экономика и выбор места жительства. М., Strelka Press, 2014
62. Экономическая дипломатия в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / Р. И. Хасбулатов [и др.]; под редакцией Р. И. Хасбулатова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 282 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05293-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515104>

г) Интернет-ресурсы и базы данных:

8. ЭБС «Znanium» <https://znanium.com>
9. ЭБС «Университетская библиотека «Online» <http://biblioclub.ru>
10. ЭБС «Юрайт» <https://urait.ru/>
11. ЭБС «Кнорус» <https://book.ru>
12. Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе». <http://www.aup.ru>
13. Российская государственная библиотека www.rsl.ru
14. Сайт информационно-правовой системы «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru/>

10. Описание материально-технической базы, обеспечивающей проведение защиты выпускной квалификационной работы

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде МГИМО МИД России из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), как на территории МГИМО МИД России, так и вне ее. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды созданы с использованием ресурсов иных организаций.

Электронная информационно-образовательная среда МГИМО МИД России обеспечивает возможность: доступа к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик; формирования электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

11. Иные сведения и (или) материалы

– не предусмотрены

**Лист регистрации внесенных изменений
в РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ
основной профессиональной образовательной программы
направленность (профиль) Менеджмент в креативных индустриях
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент**

Рабочая программа дисциплины актуализирована на 20___/20___ уч. год.
Протокол заседания факультета № ___ от «___» _____ 20___ года.

Рабочая программа дисциплины актуализирована на 20___/20___ уч. год.
Протокол заседания факультета № ___ от «___» _____ 20___ года.

Рабочая программа дисциплины актуализирована на 20___/20___ уч. год.
Протокол заседания факультета № ___ от «___» _____ 20___ года.

Рабочая программа дисциплины актуализирована на 20___/20___ уч. год.
Протокол заседания факультета № ___ от «___» _____ 20___ года.