

УТВЕРЖДАЮ

Директор

АНО ВО «Универсальный Университет»

_____ Е.В.Черкес-заде

“ ____ ” _____ 2024 г.

Факультет бизнеса и маркетинга

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Креативная экономика

Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Направление подготовки:	42.03.05 Медиакоммуникации
Направленность (профиль) подготовки:	Бренд менеджмент и маркетинг в креативных индустриях
Квалификация (степень):	Бакалавр
Форма обучения:	Очная
Срок освоения по данной программе:	4 года

Рабочая программа дисциплины «Креативная экономика» разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 г. №527

Составители рабочей программы:

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

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

Доцент Ю.В. Дворникова ФГАОУ ВО МГИМО МИД РФ

СОГЛАСОВАНО:

Директор программ высшего образования _____ М.Е.Левин

Руководитель Департамента академического качества _____ А.Н.Селиванов

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цель дисциплины

Цель дисциплины - формирование понимания значимости креативной экономики для развития общества и отдельных предприятий, а также изучение методов и инструментов управления процессами в этой сфере.

1.2. Задачи дисциплины

Задачи дисциплины:

- Ознакомление студентов с основными понятиями и определениями в области креативной экономики.
- Изучение роли и места креативной экономики в современном обществе и экономике.
- Исследование специфики и особенностей управления процессами в креативной экономике.
- Освоение методов оценки эффективности проектов и мероприятий в сфере креативной экономики.
- Формирование навыков работы с инновационными проектами и продуктами в креативной сфере.
- Развитие умений анализировать и интерпретировать данные о состоянии и развитии креативной экономики на различных уровнях (национальном, региональном, отраслевом).
- Приобретение знаний о механизмах и инструментах государственного регулирования и поддержки креативных индустрий.
- Изучение международного опыта развития креативной экономики и возможностей его применения в условиях России.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебный план по направлению 42.03.05 Медиакоммуникации, профиль “Бренд менеджмент и маркетинг в креативных индустриях” и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре.

3. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

ПК-2.3; ПК-3.1; ПК-3.2

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		знать	Уметь	Иметь практический опыт
ПК-2 Способен подготовить решения по управлению	ПК-2.3. Участвует в составлении и	- принципы составления и реализации инвестиционно	- анализировать инвестиционн ый и	-владения терминологией финансовых и инвестиционных планов

<p>проектом в сфере креативных индустрий</p>	<p>реализации инвестиционного и финансового плана в процессе управления проектом в сфере креативных индустрий</p>	<p>го и финансового плана - роль финансового и инвестиционно го плана в процессе управления проектом</p>	<p>финансовый план для проектов в сфере креативных индустрий; - предложить и обосновывать решения для корректировки плана</p>	
<p>ПК-3 Способен принимать участие в предпринимательской деятельности по выполнению бизнес-проектов в сфере креативных индустрий</p>	<p>ПК-3.1. Участвует в процессе разработки бизнес-идеи новых бизнес-проектов в сфере креативных индустрий ПК-3.2. Участвует в осуществлении ресурсного обеспечения текущих производственных, закупочных, сбытовых, маркетинговых, информационных, финансовых, инвестиционных бизнес-процессов в сфере креативных индустрий</p>	<p>- основные понятия и принципы предпринимательской деятельности; - спектр деятельности креативных индустрий, особенности экономики данного сектора, экономики предприятий сектора; ведущих компаний-участников рынков креативных индустрий, их историю и текущее положение, истории предпринимательского успеха в креативных индустриях; макроэкономические факторы, влияющие на деятельность и развитие креативных индустрий; методы комплексного анализа рынков и среды деятельности предприятия; тренды и тенденции развития бизнеса в креативных индустриях.</p>	<p>- грамотно использовать результаты анализа экономических показателей при разработке и обосновании бизнес-идей; генерировать рациональные идеи для новых бизнес-проектов в сфере креативных индустрий; систематизировать и анализировать данные, необходимые для обеспечения операционной деятельности и бизнес-процессов в сфере креативных индустрий; провести и представить результаты исследований, их анализа с выработкой соответствующих практических рекомендаций для обеспечения текущих бизнес-процессов.</p>	<p>- овладения методами и инструментами анализа микро и макроэкономических показателей - поиска, сбора, выбора, обработки и анализа источников информации для решения задач ресурсного обеспечения операционной деятельности и бизнес-процессов в сфере креативных индустрий.</p>

		основные источники данных и нормативно-правовой информации, методы поиска и анализа вторичных источников информации, необходимых для ресурсного обеспечения бизнес-процессов в сфере креативных индустрий; методы и принципы верификации информации и данных.		
--	--	---	--	--

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е. 6 семестр:

Вид учебной работы	Всего часов в соответствии с учебным планом
Аудиторная работа, в том числе:	32
Лекции	16
Практические занятия	32
Лабораторные работы (практикумы)	0
Самостоятельная работа	69
Контроль:	27
Экзамен	27
ИТОГО:	144

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

№ темы	Наименование темы дисциплины	Количество часов контактной работы		
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия
Тема 1.	Основные концепции и понятия дисциплины. Подходы к измерению креативной экономики.	2		2

Тема 2.	Креативные индустрии РФ.	2		2
Тема 3.	Инструменты развития креативной экономики.	2		2
Тема 4.	Правовые основы развития бизнеса в креативных индустриях РФ и практические аспекты их учета в планировании.	2		2
Тема 5.	Определение собственности на товары и услуги в креативной экономике.	2		2
Тема 6.	Бизнес и инвестиции в креативных индустриях.	2		2
Тема 7.	Понятие и виды международной конкурентоспособности.	2		2
Тема 8.	Актуальные проблемы развития и роста креативных индустрий.	2		2
	Итого	16		16

5.2. Тематический план изучения дисциплины

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.

Вопросы для обсуждения:

1. Назовите основные группы креативных индустрий в модели DCMS. Какие креативные индустрии, на ваш взгляд, не включены в эту модель?
2. Какие креативные индустрии относятся к прикладным (по версии ЮНИДО)?

3. *В чем заключается существенный недостаток метода отнесения к креативным индустриям всех предприятий, на балансе которых есть объекты интеллектуальной собственности?*
4. *Проанализируйте слабые стороны отраслевого подхода к измерению креативной экономики. Почему он до сих пор является одним из самых распространенных, и в каких случаях его применение оправдано?*
5. *Какие ключевые показатели необходимы для анализа численности занятых в сегменте креативной экономики? Какой источник данных РФ может быть использован для оценки?*
6. *Опишите концепцию “креативного трезубца”. Данные по какой группе работающих позволяют оценить масштаб проникновения креативных профессий в другие индустрии?*
7. *Какие задачи решает метод картирования?*

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).

Вопросы для обсуждения:

1. *По каким причинам методология АСИ не включает в себя продукты косметологии и парфюмерии?*
2. *Какие продукты креативных индустрий России имеют наибольшие шансы для расширения экспорта?*
3. *В чем причины преобладания импорта креативных товаров над экспортом?*
4. *Какие индустрии креативной экономики РФ представляются наиболее успешными? По каким критериям?*
5. *Какие индустрии креативной экономики РФ выглядят наиболее привлекательными для инвесторов? Что является источником информации по данным критериям?*
6. *Проанализируйте структуру креативных индустрий РФ и их основные показатели в сравнении со структурой и показателями Великобритании. Какие выводы и какие рекомендации возможны на основании подобного анализа?*

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).

Вопросы для обсуждения:

1. *Опишите ключевые критерии креативных кластеров. Существуют ли в РФ креативные кластеры с государственным участием? Является ли оно позитивным фактором и на каких этапах?*

2. *Какие социо-экономические задачи призвано решить создание креативного кластера?*

3. *Почему продвижение творческих продуктов должно в большинстве креативных индустрий включать использование специализированных маркет-плейсов, международных конкурсов и других специализированных мероприятий?*

4. *Как краудфандинговые платформы могут быть использованы как инструмент продвижения креативных продуктов и услуг?*

5. *Зачем творческим бизнесам городские сообщества? И зачем вовлекать последних в производство креативных индустрий?*

6. *Как соотносится креативная экономика с задачами устойчивого развития в концепции ООН 2021 г?*

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.

Вопросы для обсуждения:

1. *Какие программы и меры по поддержке бизнеса в креативных индустриях разработаны и действуют в настоящее время в РФ?*
2. *Что необходимо или возможно сделать в РФ для формирования системы поддержки креативных индустрий?*
3. *Какие меры по поддержке креативной экономики могут быть задействованы уже сейчас?*
4. *Проанализируйте виды результатов интеллектуальной собственности ГК РФ - какие из них не являются типичными для креативных индустрий?*
5. *Какие нормативные документы муниципального уровня должны быть проверены и учтены в ходе бизнес-планирования нового проекта креативных индустрий?*
6. *Должно ли быть законодательство в сфере творческих (креативных) индустрий унифицировано, каковы задачи такого регулирования?*

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

Вопросы для обсуждения:

1. *Могут ли регистрировать права на товарный знак физические лица - в РФ?*
2. *В каких ситуациях возникают служебные результаты интеллектуальной деятельности?*
3. *В каких ситуациях предпочтение отдается лицензионным договорам?*
4. *Опишите типичные ситуации, в которых используется открытая лицензия на объекты творческих прав. Является ли такая сделка возмездной?*
5. *Какая ответственность предусмотрена за нарушение прав интеллектуальной собственности?*
6. *Открытая лицензия на компьютерные программы - в чем особенность ее срока действия и географии действия? Относится ли к этому правилу лицензия на компьютерную игру?*

Тема 6. Бизнес и инвестиции в креативных индустриях.

Особенности экономики креативных индустрий. Причины отнесения креативных индустрий к высокорискованному бизнесу.

Формы импакт-инвестирования: доленое финансирование, венчурные инвестиции, частные инвестиции с фиксированной доходностью (бизнес-ангелы), стратегические инвестиции. Международные платформы поддержки креативных индустрий и их функции.

Краудфандинг, мэтч-фандинг.

Вопросы для обсуждения:

1. *Какие причины позволяют считать креативные индустрии высокорискованным бизнесом? В каких креативных индустриях такие риски являются наименьшими?*
2. *Что дает инвестору сотрудничество с творческими предпринимателями?*
3. *Какие типы инвестиций существуют в мировых творческих индустриях?*
4. *Какие международные программы направлены на помощь инвестору для информации о креативных индустриях?*
5. *В чем сущность мэтч-фандинга (приведите российские примеры использования)?*
6. *Какие примеры успешного краудфандинга творческих проектов в РФ вам известны? Как были распределены доходы от проектов?*

Тема 7. Понятие и виды международной конкурентоспособности.

Теория М. Портера о конкурентных преимуществах. Методики WEF, ПИМТ 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.

Вопросы для обсуждения:

1. *Какие количественные показатели являются ключевыми для определения конкурентоспособности креативного продукта?*
2. *В чем сущность кластерного анализа при опи*
3. *Какие качественные показатели являются ключевыми для определения конкурентоспособности креативного продукта?*
4. *Проанализируйте факторы, из которых складывается пирамида конкурентоспособности. Какая категория имеет определяющее значение для креативных индустрий?*
5. *Из каких критериев складывается индекс сложности экспорта?*
6. *Опишите один из методов формирования цен на продукты креативной экономики, в чем его особенности?*

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.

Вопросы для обсуждения:

1. Предложите и проанализируйте последствия возможных мер по развитию креативных индустрий в г. Москве, какие из них вы считаете первоочередными?
2. Почему тренд на экологию и устойчивое развитие не включен в список трендов по версии *startus-insights.com*?
3. Какие инструменты прогнозирования являются актуальными для креативных индустрий?
4. Приведите примеры актуальных этических проблем в одной из креативных индустрий. В чем заключены национальные особенности подхода к их решению?
5. Какие количественные показатели могут быть рекомендованы для использования при разработке прогнозов развития креативных индустрий? Почему именно в креативной экономике они имеют ограниченное значение?

5.3. Текущий контроль успеваемости по разделам дисциплины

5 семестр

Тема 1. Основные концепции и понятия дисциплины. Подходы к измерению креативной экономики.	Темы докладов, вопросы для обсуждения, тестирование
Тема 2. Креативные индустрии РФ.	Темы докладов, вопросы для обсуждения, тестирование
Тема 3. Инструменты развития креативной экономики.	Темы докладов, вопросы для обсуждения, тестирование
Тема 4. Правовые основы развития бизнеса в креативных индустриях РФ и практические аспекты их учета в планировании.	Темы докладов, вопросы для обсуждения, тестирование
Тема 5. Определение собственности на товары и услуги в креативной экономике.	Темы докладов, вопросы для обсуждения, тестирование
Тема 6. Бизнес и инвестиции в креативных индустриях.	Темы докладов, вопросы для обсуждения, тестирование
Тема 7. Понятие и виды международной конкурентоспособности.	Темы докладов, вопросы для обсуждения, тестирование

Тема 8. Актуальные проблемы развития и роста креативных индустрий.	Темы докладов, вопросы для обсуждения, тестирование
--	---

5.4. Самостоятельное изучение разделов дисциплины (изучение теоретического курса)

- Основы креативной экономики: понятия, определения, цели и задачи.
- Роль креативной экономики в развитии общества и экономики.
- Особенности управления процессами в креативной экономике.
- Методы оценки эффективности проектов в сфере креативной экономики.
- Работа с инновационными проектами и продуктами в креативной индустрии.
- Анализ и интерпретация данных о состоянии и развитии креативной экономики.
- Государственное регулирование и поддержка креативных индустрий.
- Международный опыт развития креативной экономики и возможности его применения в России.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

1. 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>
2. 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>
3. 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>
4. 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>
5. 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.

6.2. Дополнительная 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. 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>
3. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-85006-265-1. – Текст: электронный.
4. Бойцова, Е. Ю. Микроэкономика и макроэкономика: актуальные проблемы: учебник и практикум для вузов / Е. Ю. Бойцова, Н. К. Вощикова. — 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>
5. 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>
6. – Библиогр.: с. 264-265. – ISBN 978-5-238-03530-7. – Текст: электронный.
7. 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>
8. 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>
9. 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>
10. 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>

11. 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>
12. 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>
13. 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>

6.3. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

- ЭБС «Znanium» <https://znanium.com>
- ЭБС «Университетская библиотека «Online» <http://biblioclub.ru>
- ЭБС «Юрайт» <https://urait.ru/>
- ЭБС «Кнорус» <https://book.ru>
- Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе». <http://www.aup.ru>
- Российская государственная библиотека www.rsl.ru
- Сайт «Корпоративный менеджмент». <http://www.cfin.ru>
- Сайт информационно-правовой системы «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru/>
- Федеральный образовательный портал Экономика, Социология, Менеджмент <http://ecsocman.hse.ru>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

7.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

<p>Учебная аудитория для проведения практических занятий</p>	<p>Основное оборудование: Интерактивная доска, учебная мебель (столы и стулья для обучающихся), стол, стул преподавателя</p> <p>технические средства обучения: персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран, колонки)</p>
--	--

Учебная аудитория для проведения лекционных занятий	Основное оборудование: доска, учебная мебель, стол, стул преподавателя технические средства обучения: персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран, колонки)
Учебная аудитория для проведения промежуточной аттестации	Основное оборудование: Интерактивная доска, учебная мебель (столы и стулья для обучающихся), стол, стул преподавателя, персональные компьютеры для обучающихся технические средства обучения: персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран, колонки)
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Основное оборудование: Оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

7.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <http://biblioclub.ru/>

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Формы и методы преподавания дисциплины

Например:

Используемые формы и методы обучения: лекции и практические занятия, самостоятельная работа студентов, деловые игры, кейсы.

В процессе преподавания дисциплины преподаватель использует как классические формы и методы обучения (прежде всего лекции и практические занятия), так и активные методы обучения (деловые игры, различные виды кейсов и др.) - применение любой формы (метода) обучения предполагает также использование новейших IT-обучающих технологий, включая электронную информационную образовательную среду (виртуальный класс преподавателя по данной дисциплине).

При проведении лекционных занятий преподаватель использует аудиовизуальные, компьютерные и мультимедийные средства обучения, а также демонстрационные и наглядно-иллюстрационные (в том числе раздаточные) материалы.

Практические занятия по данной дисциплине проводятся с использованием компьютерного и мультимедийного оборудования, при необходимости - с привлечением полезных Интернет-ресурсов и пакетов прикладных программ.

8.2. Методические рекомендации преподавателю

Перед началом изучения дисциплины преподаватель должен ознакомить студентов с видами учебной и самостоятельной работы, перечнем литературы и интернет-ресурсов, формами текущей и промежуточной аттестации, с критериями оценки качества знаний для итоговой оценки по дисциплине.

При проведении лекций, преподаватель:

- 1) формулирует тему и цель занятия;
- 2) излагает основные теоретические положения;
- 3) с помощью мультимедийного оборудования и/или под запись дает определения основных понятий, расчетных формул;
- 4) проводит примеры из отечественного и зарубежного опыта, дает текущие статистические данные для наглядного и образного представления изучаемого материала;
- 5) в конце занятия дает вопросы для самостоятельного изучения.

При проведении практических занятий, преподаватель:

- 1) формулирует тему и цель занятия;
- 2) предлагает студентам ответить на вопросы, вынесенные на практическое занятие;

- 3) организует дискуссию по наиболее сложным вопросам;
- 4) предлагает студентам провести обобщение изученного материала.

В случае проведения аудиторных занятий (как лекций, так и практических занятий) с использованием активных методов обучения (деловых игр, кейсов, мозговых атак, игрового проектирования и др.) преподаватель:

- 1) предлагает студентам разделиться на группы;
- 2) предлагает обсудить сформулированные им проблемы согласно теме лекции (практического занятия), раскрывая актуальность проблемы и ее суть, причины, ее вызывающие, последствия и пути решения;
- 3) организует межгрупповую дискуссию;
- 4) проводит обобщение с оценкой результатов работы студентов в группах и полученных основных выводов и рекомендаций по решению поставленных проблем.

Перед выполнением внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит инструктаж (консультацию) с определением цели задания, его содержания, сроков выполнения, основных требований к результатам работы, критериев оценки, форм контроля и перечня источников и литературы.

Для оценки полученных знаний и освоения учебного материала по каждому разделу и в целом по дисциплине преподаватель использует формы текущего, промежуточного и итогового контроля знаний обучающихся.

8.3. Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы.

ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Успешное освоение курса предполагает активное, творческое участие студента на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы.

При подготовке к аудиторным занятиям, непосредственно в ходе проведения лекций и практических занятий, а также в ходе самостоятельной работы студенты должны пользоваться учебной литературой (согласно утвержденному перечню основной и дополнительной литературы по данному курсу), учебно-методическими материалами (включая данную рабочую программу), которые размещены в электронной информационно-образовательной среде.

ИЗУЧЕНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО КУРСА

Правила конспектирования

Конспект является письменным текстом, в котором кратко и последовательно изложено содержание основного источника информации. Конспектировать – значит приводить к некоему порядку сведения, почерпнутые из оригинала. В основе процесса лежит систематизация прочитанного или услышанного. Записи могут делаться как в виде точных выдержек, цитат, так и в форме свободной подачи смысла. Манера написания конспекта, как правило, близка к стилю первоисточника. Если конспект составлен правильно, он должен отражать логику и смысловую связь записываемой информации.

В хорошо сделанных записях можно с легкостью обнаружить специализированную терминологию, понятно растолкованную и четко выделенную

для запоминания значений различных слов. Используя законспектированные сведения, легче создавать значимые творческие или научные работы, различные рефераты и статьи.

Виды конспектов:

Нужно уметь различать конспекты и правильно использовать ту категорию, которая лучше всего подходит для выполняемой работы.

- **ПЛАНОВЫЙ.** Такой вид изложения на бумаге создается на основе заранее составленного плана материала, состоит из определенного количества пунктов (с заголовками) и подпунктов. В процессе конспектирования каждый заголовок раскрывается – дополняется коротким текстом, в конечном итоге получается стройный план-конспект. Именно такой вариант больше всего подходит для срочной подготовки к публичному выступлению или семинару. Естественно, чем последовательнее будет план (его пункты должны максимально раскрывать содержание), тем связаннее и полноценнее будет ваш доклад. Специалисты рекомендуют наполнять плановый конспект пометками, в которых будут указаны все используемые вами источники, т. к. со временем трудно восстановить их по памяти.

- **СХЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАНОВЫЙ.** Эта разновидность конспекта выглядит так: все пункты плана представлены в виде вопросительных предложений, на которые нужно дать ответ. Изучая материал, вы вносите короткие пометки (2–3 предложения) под каждый пункт вопроса. Такой конспект отражает структуру и внутреннюю взаимосвязь всех сведений и способствует хорошему усвоению информации.

- **ТЕКСТУАЛЬНЫЙ.** Подобная форма изложения насыщеннее других и составляется из отрывков и цитат самого источника. К текстуальному конспекту можно легко присоединить план, либо наполнить его различными тезисами и терминами. Он лучше всего подходит тем, кто изучает науку или литературу, где цитаты авторов всегда важны. Однако такой конспект составить непросто. Нужно уметь правильно отделять наиболее значимые цитаты таким образом, чтобы в итоге они дали представление о материале в целом.

- **ТЕМАТИЧЕСКИЙ.** Такой способ записи информации существенно отличается от других. Суть его – в освещении какого-нибудь определенного вопроса; при этом используется не один источник, а несколько. Содержание каждого материала не отражается, ведь цель не в этом. Тематический конспект помогает лучше других анализировать заданную тему, раскрывать поставленные вопросы и изучать их с разных сторон. Однако будьте готовы к тому, что придется переработать немало литературы для полноты и целостности картины, только в этом случае изложение будет обладать всеми достоинствами.

- **СВОБОДНЫЙ.** Этот вид конспекта предназначен для тех, кто умеет использовать сразу несколько способов работы с материалом. В нем может содержаться что угодно – выписки, цитаты, план и множество тезисов. Вам потребуется умение быстро и лаконично излагать собственную мысль, работать с планом, авторскими цитатами. Считается, что подобное фиксирование сведений является наиболее целостным и полновесным.

Правила конспектирования

1. Внимательно прочитайте текст. Попутно отмечайте непонятные места, новые слова, имена, даты.

2. Наведите справки о лицах, событиях, упомянутых в тексте. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля.

3. При первом чтении текста составьте простой план. При повторном чтении постарайтесь кратко сформулировать основные положения текста, отметив аргументацию автора.

4. Заключительный этап конспектирования состоит из перечитывания ранее отмеченных мест и их краткой последовательной записи.

5. При конспектировании надо стараться выразить авторскую мысль своими словами.

6. Стремитесь к тому, чтобы один абзац авторского текста был передан при конспектировании одним, максимум двумя предложениями.

При конспектировании лекций рекомендуется придерживаться следующих основных правил.

1. Не начинайте записывать материал с первых слов преподавателя, сначала выслушайте его мысль до конца и постарайтесь понять ее.

2. Приступайте к записи в тот момент, когда преподаватель, заканчивая изложение одной мысли, начинает ее комментировать.

3. В конспекте обязательно выделяются отдельные части. Необходимо разграничивать заголовки, подзаголовки, выводы, обособлять одну тему от другой. Выделение можно делать подчеркиванием, другим цветом (только не следует превращать текст в пестрые картинки). Рекомендуется делать отступы для обозначения абзацев и пунктов плана, пробельные строки для отделения одной мысли от другой, нумерацию. Если определения, формулы, правила, законы в тексте можно сделать более заметными, их заключают в рамку. Со временем у вас появится своя система выделений.

4. Создавайте ваши записи с использованием принятых условных обозначений. Конспектируя, обязательно употребляйте разнообразные знаки (их называют сигнальными). Это могут быть указатели и направляющие стрелки, восклицательные и вопросительные знаки, сочетания PS (послесловие) и NB (обратить внимание). Например, слово «следовательно» вы можете обозначить математической стрелкой \Rightarrow . Когда вы выработаете свой собственный знаковый набор, создавать конспект, а после и изучать его будет проще и быстрее.

5. Не забывайте об аббревиатурах (сокращенных словах), знаках равенства и неравенства, больше и меньше.

6. Большую пользу для создания правильного конспекта дают сокращения. Однако будьте осмотрительны. Знатоки считают, что сокращение типа «д-ть» (думать) и подобные им использовать не следует, так как впоследствии большое количество времени уходит на расшифровку, а ведь чтение конспекта не должно прерываться посторонними действиями и размышлениями. Лучше всего разработать собственную систему сокращений и обозначать ими во всех записях одни и те же слова (и не что иное). Например, сокращение «г-ть» будет всегда и везде словом «говорить», а большая буква «Р» – словом «работа».

7. Бесспорно, организовать хороший конспект помогут иностранные слова. Наиболее применяемые среди них – английские. Например, сокращенное «ок» успешно обозначает слова «отлично», «замечательно», «хорошо».

8. Нужно избегать сложных и длинных рассуждений.

9. При конспектировании лучше пользоваться повествовательными предложениями, избегать самостоятельных вопросов. Вопросы уместны на полях конспекта.

10. Не старайтесь зафиксировать материал дословно, при этом часто теряется главная мысль, к тому же такую запись трудно вести. Отбрасывайте второстепенные слова, без которых главная мысль не теряется.

11. Если в лекции встречаются непонятные вам термины, оставьте место, после занятий уточните их значение у преподавателя.

САМОПОДГОТОВКА К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ

Просмотрите конспект сразу после занятий. Пометьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попробуйте найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Постарайтесь разобраться с непонятным материалом, в частности новыми терминами. Часто незнание терминологии мешает воспринимать материал на теоретических и лабораторно-практических занятиях на должном уровне. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю.

Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Ответьте на контрольные вопросы для самопроверки, имеющиеся в учебнике или предложенные в данных методических рекомендациях.

Кратко перескажите содержание изученного материала «своими словами».

Заучите «рабочие определения» основных понятий, законов.

Освоив теоретический материал, приступайте к выполнению заданий, упражнений; решению задач, расчетов самостоятельной работы, составлению графиков, таблиц и т.д.

ВЫПОЛНЕНИЕ ПИСЬМЕННОГО ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ (РАСЧЕТНО-ГРАФИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ, КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА, ЗАПОЛНЕНИЕ РАБОЧЕЙ ТЕТРАДИ, ТВОРЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ, ПРЕЗЕНТАЦИЯ И ПР.)

Общие рекомендации

Внимательно прочитайте материал по конспекту, составленному на учебном занятии.

Прочитайте тот же материал по учебнику, учебному пособию.

Постарайтесь разобраться с непонятным материалом, в частности новыми терминами. Часто незнание терминологии мешает воспринимать материал на теоретических и лабораторно-практических занятиях на должном уровне.

Ответьте на контрольные вопросы для самопроверки, имеющиеся в учебнике или предложенные в данных методических рекомендациях.

Кратко перескажите содержание изученного материала «своими словами».

Заучите «рабочие определения» основных понятий, законов.

Освоив теоретический материал, приступайте к выполнению заданий, упражнений; решению задач, расчетов самостоятельной работы, составлению графиков, таблиц, презентаций и т.д.

Порядок решения кейсов

При решении кейса студенты должны:

1) представить рассуждение по поводу: необходимости дополнительных данных и источников их получения; прогнозов относительно субъектов и/или причин возникновения ситуации;

2) продемонстрировать умения использовать системный подход, ситуативный подход, широту взглядов на проблему;

3) подготовить программу действий, направленную на реализацию, например, аналитического метода решения проблемы: проанализировать все доступные данные, превратить их в информацию; определить проблему; прояснить и согласовать цели; выдвинуть возможные альтернативы; оценить варианты и выбрать один из них.

Независимо от природы, предоставленного кейса, студентам нужно будет:

1. «Проанализировать» его: выявить, что и почему происходит, что может произойти и почему.

2. Объяснить ситуацию.

3. Оценить уже принятые меры.

4. Обсудить возможные будущие действия и сравнить их возможную эффективность.

Методика решения кейсов

1. Понимание задачи

Одно из ваших первых обязательных действий — понять, что от вас требуется:

- усвоение какой учебной темы предполагает решение кейса;
- какого рода требуется результат;
- должны ли вы дать оценку тому, что произошло, или рекомендации в отношении того, что должно произойти;
- если требуется прогноз, на какой период времени вы должны разработать подробный план действий;
- какая форма презентации требуется, каковы требования к ней;
- сколько времени вы должны работать с кейсом?

2. Просмотр кейса

После того как вы узнали, каких действий от вас ждут, вы должны «почувствовать» ситуацию кейса:

- просмотрите его содержание, стараясь понять основную идею и вид предоставленной вам информации;
- если возникают вопросы, или рождаются важные мысли, или кажутся подходящими те или иные концепции курса, прочитав текст до конца, выпишите их;
- после этого прочтите кейс медленнее, отмечая маркером или записывая пункты, которые кажутся существенными.

3. Составление описания как путь изучения ситуации и определения тем.

При просмотре кейса вам необходимо:

- структурировать ситуацию, оценивая одни аспекты как важные, а другие как несущественные;
- определить и отобразить все моменты, которые могли иметь отношение к ситуации. Из них вы сможете построить систему взаимосвязанных проблем, которые сделали ситуацию заслуживающей анализа;
- рассмотреть факторы, находящиеся вне прямого контекста проблемы, так как они могут быть чрезвычайно важны;
- выделить «темы» — связанные группы факторов, которые могут воздействовать на каждый аспект ситуации. Например, одна их часть может иметь дело с воспринимаемым низким качеством, другая — с поведением конкурента;
- опишите ситуацию (сравнивайте свои действия с поведением адвоката, расспрашивающего клиента, или врача, интересующегося у пациента его состоянием), ответив на вопросы:
 - Кто считает, что проблема, и почему?
 - На каком основании базируется мнение этих людей?
 - Что происходит (или не происходит), когда и где?
 - Какие связанные с происходящим вещи не являются проблемными и почему?
 - Что составляет более широкий контекст существующей ситуации?
 - Кто или что может влиять на проблемную ситуацию?
 - Есть ли другие заинтересованные лица, и кто они?
 - Каковы сдерживающие факторы, ограничивающие «пространстворешения»?

4. Диагностическая стадия

Диагностическая стадия — одна из тех, к которым вы должны приложить максимум усилий, хотя ее успех зависит от эффективности предыдущих стадий:

- вспомните изученные вами ранее темы и проведите по ним мозговой штурм для выявления потенциально соответствующих кейсу теоретических знаний;
- вертикально структурируйте вопрос, начиная с тех, которые касаются отдельных работников, затем группы или подразделения, организации в целом и, наконец, окружающей среды. Таким образом, вы сможете создать матрицу основных вопросов и связанных с ними проблем и подумать о соответствующих концепциях для каждого «уровня».
- изучите обстоятельства возникновения ситуации;
- не забывайте возвращаться к информации кейса и более внимательно рассматривать факторы, ставшие важными в ходе диагностики. Вам нужно будет предъявить доказательства в поддержку вашего диагноза.
- отделяйте доказательства от предположений, факты от мнений и ставьте перед собой два вопроса: до какой степени вы уверены в правильности своих представлений и до какой степени их правильность важна для вашего диагноза.

5. Формулировка проблем

На этой стадии очень полезно:

- письменно сформулировать восприятие основных проблем. Формулировка проблем окажется базисной точкой для последующих обсуждений;
- при наличии нескольких проблем полезно установить их приоритетность, используя следующие критерии: важность — что произойдет, если эта проблема не будет решена; срочность — как быстро нужно решить эту проблему; иерархическое

положение — до какой степени эта проблема является причиной других проблем; разрешимость — можете ли вы сделать что-либо для ее решения.

6. Выбор критериев решения проблемы

Сразу после выяснения структуры проблемы следует подумать о критериях выбора решений. В определенном смысле структура и определит критерии. Например, если выяснилось, что самая серьезная проблема связана с корпоративной культурой, тогда решения должны будут повлиять на ее улучшение. Но если существуют также финансовые проблемы, тогда будут критерии выбора, связанные и с ними.

7. Генерирование альтернатив

Достигнув ясного понимания своих целей, приняв решение о том, к каким областям проблемы вы хотите обратиться, и, имея достаточную уверенность, что проанализировали основные причины возникновения проблемы, вы должны обдумать возможные дальнейшие пути. Важно разработать достаточно широкий круг вариантов, опираясь на известные или изучаемые концепции, чтобы предложить лучшие способы действий, опыт решения других кейсов, креативные методы (мозговой штурм, аналогия и метафора, синектика и др.).

8. Оценка вариантов и выбор наиболее подходящего

На стадии выбора вариантов определите критерии предпочтительности варианта. Критерии выбора варианта должны быть основаны на том, в какой мере они способствуют решению проблемы в целом, а также по признакам выполнимости, быстроты, эффективности, экономичности. Каждый из критериев необходимо проанализировать с позиций всех групп интересов. При оценке вариантов вы должны подумать о том, как они будут воздействовать не только на центральную проблему, но и на всю ситуацию в целом. Определите вероятные последствия использования ваших вариантов.

9. Презентация выводов

Роль студента:

- изучить учебную информацию по теме;
- провести системно — структурированный анализ содержания темы;
- выделить проблему, имеющую интеллектуальное затруднение, согласовать с преподавателем;
- дать обстоятельную характеристику условий задачи;
- критически осмыслить варианты и попытаться их модифицировать (упростить в плане избыточности);
- выбрать оптимальный вариант (подобрать известные и стандартные алгоритмы действия) или варианты разрешения проблемы (если она не стандартная).

Порядок подготовки презентации

Компьютерную презентацию, сопровождающую выступление докладчика, удобнее всего подготовить в программе MS PowerPoint. Презентация как документ представляет собой последовательность сменяющих друг друга слайдов - то есть электронных страничек, занимающих весь экран монитора (без присутствия панелей программы). Чаще всего демонстрация презентации проецируется на большом экране, реже – раздается собравшимся как печатный материал. Количество слайдов

адекватно содержанию и продолжительности выступления (например, для 5-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов).

На первом слайде обязательно представляется тема выступления и сведения об авторах. Следующие слайды можно подготовить, используя две различные стратегии их подготовки:

- 1 стратегия: на слайды выносятся опорный конспект выступления и ключевые слова с тем, чтобы пользоваться ими как планом для выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования:

- объем текста на слайде – не больше 7 строк;
- маркированный/нумерованный список содержит не более 7 элементов;
- отсутствуют знаки пунктуации в конце строк в маркированных и нумерованных списках;
- значимая информация выделяется с помощью цвета, кегля, эффектов анимации.

Особо внимательно необходимо проверить текст на отсутствие ошибок и опечаток. Основная ошибка при выборе данной стратегии состоит в том, что выступающие заменяют свою речь чтением текста со слайдов.

- 2 стратегия: на слайды помещается фактический материал (таблицы, графики, фотографии и пр.), который является уместным и достаточным средством наглядности, помогает в раскрытии стержневой идеи выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования:

- выбранные средства визуализации информации (таблицы, схемы, графики и т. д.) соответствуют содержанию;
- использованы иллюстрации хорошего качества (высокого разрешения), с четким изображением (как правило, никто из присутствующих не заинтересован вчитываться в текст на ваших слайдах и всматриваться в мелкие иллюстрации);
- максимальное количество графической информации на одном слайде – 2 рисунка (фотографии, схемы и т.д.) с текстовыми комментариями (не более 2 строк к каждому);
- наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

Основная ошибка при выборе данной стратегии – «соревнование» со своим иллюстративным материалов (аудитории не предоставляется достаточно времени, чтобы воспринять материал на слайдах). Обычный слайд, без эффектов анимации должен демонстрироваться на экране не менее 10 - 15 секунд. За меньшее время присутствующие не успеет осознать содержание слайда. Если какая-то картинка появилась на 5 секунд, а потом тут же сменилась другой, то аудитория будет считать, что докладчик ее подгоняет. Обратного (позитивного) эффекта можно достигнуть, если докладчик пролистывает множество слайдов со сложными таблицами и диаграммами, говоря при этом «Вот тут приведен разного рода вспомогательный материал, но я его хочу пропустить, чтобы не перегружать выступление подробностями». Правда, такой прием делать в начале и в конце презентации – рискованно, оптимальный вариант – в середине выступления.

Если на слайде приводится сложная диаграмма, ее необходимо предварить вводными словами (например, «На этой диаграмме приводится то-то и то-то, зеленым отмечены показатели А, синим – показатели Б»), с тем, чтобы дать время

аудитории на ее рассмотрение, а только затем приступать к ее обсуждению. Каждый слайд, в среднем должен находиться на экране не меньше 40 – 60 секунд (без учета времени на случайно возникшее обсуждение). В связи с этим лучше настроить презентацию не на автоматический показ, а на смену слайдов самим докладчиком.

Особо тщательно необходимо отнестись к оформлению презентации. Для всех слайдов презентации по возможности необходимо использовать один и тот же шаблон оформления, кегль – для заголовков - не меньше 24 пунктов, для информации - для информации не менее 18. В презентациях не принято ставить переносы в словах.

Подумайте, не отвлекайте ли вы слушателей своей же презентацией? Яркие краски, сложные цветные построения, излишняя анимация, выпрыгивающий текст или иллюстрация — не самое лучшее дополнение к научному докладу. Также нежелательны звуковые эффекты в ходе демонстрации презентации. Наилучшими являются контрастные цвета фона и текста (белый фон – черный текст; темно-синий фон – светло-желтый текст и т. д.). Лучше не смешивать разные типы шрифтов в одной презентации. Рекомендуется не злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже).

Неконтрастные слайды будут смотреться тусклыми и невыразительными, особенно в светлых аудиториях. Для лучшей ориентации в презентации по ходу выступления лучше пронумеровать слайды. Желательно, чтобы на слайдах оставались поля, не менее 1 см с каждой стороны. Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текстом, иллюстрациями). Использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись (например, последовательное появление элементов диаграммы). Для акцентирования внимания на какой-то конкретной информации слайда можно воспользоваться лазерной указкой.

Диаграммы готовятся с использованием мастера диаграмм табличного процессора MSExcel. Для ввода числовых данных используется числовой формат с разделителем групп разрядов. Если данные (подписи данных) являются дробными числами, то число отображаемых десятичных знаков должно быть одинаково для всей группы этих данных (всего ряда подписей данных). Данные и подписи не должны накладываться друг на друга и сливаться с графическими элементами диаграммы. Структурные диаграммы готовятся при помощи стандартных средств рисования пакета MSOffice. Если при форматировании слайда есть необходимость пропорционально уменьшить размер диаграммы, то размер шрифтов реквизитов должен быть увеличен с таким расчетом, чтобы реальное отображение объектов диаграммы соответствовало значениям, указанным в таблице. В таблицах не должно быть более 4 строк и 4 столбцов — в противном случае данные в таблице будет просто невозможно увидеть. Ячейки с названиями строк и столбцов и наиболее значимые данные рекомендуется выделять цветом.

Табличная информация вставляется в материалы как таблица текстового процессора MSWord или табличного процессора MSExcel. При вставке таблицы как объекта и пропорциональном изменении ее размера реальный отображаемый размер шрифта должен быть не менее 18 pt. Таблицы и диаграммы размещаются на светлом или белом фоне.

Если Вы предпочитаете воспользоваться помощью оператора (что тоже возможно), а не листать слайды самостоятельно, очень полезно предусмотреть ссылки на слайды в тексте доклада («Следующий слайд, пожалуйста...»).

Заключительный слайд презентации, содержащий текст «Спасибо за внимание» или «Конец», вряд ли приемлем для презентации, сопровождающей публичное выступление, поскольку завершение показа слайдов еще не является завершением выступления. Кроме того, такие слайды, так же как и слайд «Вопросы?», дублируют устное сообщение. Оптимальным вариантом представляется повторение первого слайда в конце презентации, поскольку это дает возможность еще раз напомнить слушателям тему выступления и имя докладчика и либо перейти к вопросам, либо завершить выступление.

Для показа файл презентации необходимо сохранить в формате «Демонстрация PowerPoint» (Файл — Сохранить как — Тип файла — Демонстрация PowerPoint). В этом случае презентация автоматически открывается в режиме полноэкранный показа (slideshow), и слушатели избавлены как от вида рабочего окна программы PowerPoint, так и от потерь времени в начале показа презентации.

После подготовки презентации полезно проконтролировать себя вопросами:

- удалось ли достичь конечной цели презентации (что удалось определить, объяснить, предложить или продемонстрировать с помощью нее?);
- к каким особенностям объекта презентации удалось привлечь внимание аудитории?
- не отвлекает ли созданная презентация от устного выступления?

После подготовки презентации необходима репетиция выступления.

ПОДГОТОВКА К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Как готовиться к практическому занятию.

1. Внимательно прочтите вопросы к заданию.
2. Подберите литературу, не откладывайте ее поиски на последний день.
3. Прочтите указанную литературу, определите основной источник по каждому вопросу, делая выписки на листах или карточках, нумеруйте их пунктами плана, к которому они относятся.
4. Оформляя выписки, не забудьте записать автора, название, год и место издания, том, страницу.
5. При чтении найдите в словарях значение новых слов или слов, недостаточно вам известных.
6. Просматривая периодическую печать, делайте вырезки по теме.
7. Проверьте, на все ли вопросы плана у вас есть ответы.
8. На полях конспекта, выписок запишите вопросы, подчеркните спорные положения в тексте.

Требования к выступлению

Перечень требований к любому выступлению студента примерно таков:

- связь выступления с предшествующей темой или вопросом;
- раскрытие сущности проблемы;
- методологическое значение для научной, профессиональной и практической деятельности.

Важнейшие требования к выступлениям студентов – самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическом отношении к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них.

Приводимые участником практического занятия примеры и факты должны быть существенными, по возможности перекликаться с профилем обучения. Примеры из области наук, близких к будущей специальности студента, из сферы познания, обучения поощряются руководителем семинара. Выступление студента должно соответствовать требованиям логики. Четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

Памятка участнику дискуссии.

1. Прежде чем выступить, четко определите свою позицию.
2. Проверьте, правильно ли вы понимаете проблему.
3. Внимательно слушайте оппонента, затем излагайте свою точку зрения.
4. Помните, что лучшим способом доказательства или опровержения являются бесспорные факты.
5. Не забывайте о четкой аргументации и логике.
6. Спорьте честно и искренне, не искажайте мыслей оппонентов.
7. Говорите ясно, точно, просто, отчетливо, своими словами, не «по бумажке».
8. Имейте мужество признать правоту оппонента, если вы не правы.
9. Никогда не «навешивайте ярлыков», не допускайте грубостей и насмешек.
10. Заканчивая выступления, подведите итоги и сформулируйте выводы.

Требования к устному докладу

1. Выберите тему из предложенной преподавателем тематики докладов и сообщений. Вы можете самостоятельно предложить тему с учетом изучаемого теоретического материала.
2. При подготовке доклада, сообщения используйте специальную литературу по выбранной теме, электронные библиотеки или другие Интернет-ресурсы.
3. Сделайте цитаты из книг и статей по выбранной теме (обратите внимание на непонятные слова и выражения, уточните их значение в справочной литературе).
4. Проанализируйте собранный материал и составьте план сообщения или доклада, акцентируя внимание на наиболее важных моментах.
5. Напишите основные положения сообщения или доклада в соответствии с планом, выписывая по каждому пункту несколько предложений.
6. Перескажите текст сообщения или доклада, корректируя последовательность изложения материала.
7. Подготовленный доклад может сопровождаться презентацией, иллюстрирующей его основные положения.

Построение доклада, как и любой другой научной работы, традиционно включает три части: вступление, основную часть и заключение.

Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема, и т. п.

В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т.п.

Основная часть также должна иметь четкое логическое построение. Изложение материала должно быть связным, последовательным, доказательным, лишенным ненужных отступлений и повторений.

НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УНИВЕРСАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

UNIVERSAL
UNIVERSITY

Факультет бизнеса и маркетинга

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине**

Креативная экономика

Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Направление подготовки:	42.03.05 Медиакоммуникации
Направленность (профиль) подготовки:	Бренд менеджмент и маркетинг в креативных индустриях
Квалификация (степень):	Бакалавр
Форма обучения:	Очная
Срок освоения по данной программе:	4 года

Формы и оценочные материалы текущего контроля успеваемости, и промежуточной аттестации

В процессе и по завершению изучения дисциплины оценивается формирование у студентов следующих компетенций:

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		знать	Уметь	Иметь практический опыт
ПК-2 Способен подготовить решения по управлению проектом в сфере креативных индустрий	ПК-2.3. Участвует в составлении и реализации инвестиционного и финансового плана в процессе управления проектом в сфере креативных индустрий	- принципы составления и реализации инвестиционного и финансового плана - роль финансового и инвестиционного плана в процессе управления проектом	- анализировать инвестиционный и финансовый план для проектов в сфере креативных индустрий; - предложить и обосновывать решения для корректировки плана	- владения терминологией финансовых и инвестиционных планов
ПК-3 Способен принимать участие в предпринимательской деятельности по выполнению бизнес-проектов в сфере креативных индустрий	ПК-3.1. Участвует в процессе разработки бизнес-идеи новых бизнес-проектов в сфере креативных индустрий ПК-3.2. Участвует в осуществлении ресурсного обеспечения текущих производственных, закупочных, сбытовых, маркетинговых, информационных, финансовых, инвестиционных бизнес-процессов в сфере креативных индустрий	- основные понятия и принципы предпринимательской деятельности; - спектр деятельности креативных индустрий, особенности экономики данного сектора, экономики предприятий сектора; ведущих компаний-участников рынков креативных индустрий, их историю и текущее положение, истории предпринимательского успеха в креативных индустриях; макроэкономические факторы, влияющие на деятельность и	- грамотно использовать результаты анализа экономических показателей при разработке и обосновании бизнес-идей; генерировать рациональные идеи для новых бизнес-проектов в сфере креативных индустрий; систематизировать и анализировать данные, необходимые для обеспечения операционной деятельности и бизнес-процессов в сфере креативных индустрий; провести и представить результаты исследований, их анализа с	- овладения методами и инструментами анализа микро и макроэкономических показателей - поиска, сбора, выбора, обработки и анализа источников информации для решения задач ресурсного обеспечения операционной деятельности и бизнес-процессов в сфере креативных индустрий.

		<p>развитие креативных индустрий; методы комплексного анализа рынков и среды деятельности предприятия; тренды и тенденции развития бизнеса в креативных индустриях. основные источники данных и нормативно-правовой информации, методы поиска и анализа вторичных источников информации, необходимых для ресурсного обеспечения бизнес-процессов в сфере креативных индустрий; методы и принципы верификации информации и данных.</p>	<p>выработкой соответствующих практических рекомендаций для обеспечения текущих бизнес-процессов.</p>	
--	--	---	---	--

1.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости осуществляется путем оценки результатов выполнения заданий практических (семинарских), лабораторных, самостоятельной работы, предусмотренных учебным планом и посещения занятий/ активность на занятиях.

В качестве оценочных средств текущего контроля успеваемости предусмотрены:

- Устный опрос
- Тест
- Доклад

Вопросы к устному опросу см. раздел 5.2.

Примеры тем докладов

Доклад и презентационные слайды к нему должны содержать инфографику (графики и диаграммы), данные, в т.ч. в виде таблиц.

1. Влияние выбора методологии расчета базы на результат оценки стоимости и добавочного продукта креативных индустрий РФ.
2. Перспективы развития экспортного потенциала индустрии музыки РФ.
3. Перспективы развития экспортного потенциала российской художественной литературы.
4. Особенности определения интеллектуальных прав на цифровые креативные продукты в РФ и их влияние на выбор модели бизнеса.
5. Использование краудфандинга в индустрии музыки РФ.
6. Краудсорсинг в формировании концепции нового креативного проекта.
7. Механизмы влияния роста креативных индустрий на смежные индустрии (на примере рынка РФ).
8. Актуальные проблемы развития индустрии рекламного бизнеса в РФ.
9. Актуальные проблемы развития ивент-индустрии в г. Москве.
10. Актуальные проблемы развития творческих кластеров в РФ.
11. Макроэкономические показатели и их связь с результатами и процессами в российской индустрии кинопроката. Текущие тренды и возможности прогноза.
12. Макроэкономические показатели и их динамика последних 10 лет в российской индустрии моды. Текущие тренды и возможности прогноза.
13. Макроэкономические показатели и их динамика последних лет в российской индустрии гейм-дизайна. Текущие тренды и возможности прогноза.

Примеры тестовых вопросов:

1. Что не является причинами отнесения креативных индустрий к высокорискованному бизнесу (отметьте 3 причины):
 - a) отсутствие четкой классификации креативных индустрий в РФ;
 - b) жизненный цикл: длительный период создания продукции и возврата вложенных средств;
 - c) уникальность продукции, непредсказуемость, невозможность сформулировать требования к конечному результату;
 - d) высокая зависимость от платежеспособности населения, от необходимости удовлетворения потребностей более низкого порядка в первую очередь
2. Креативный кластер это:
 - a) взаимосвязанные организации и предприятия креативных индустрий, размещенные на территории компактно расположенных объектов недвижимости;
 - b) организации и предприятия креативных индустрий, объединенные в одно юридическое лицо;
 - c) организации и предприятия креативных индустрий, объединенные коллаборативными проектами

3. Какие профессии не включаются в категории концепции «креативного трезубца» (creative trident):
- а) бухгалтеры, занятые в креативных индустриях;
 - б) графические дизайнеры, занятые в компаниях нефтегазового сектора;
 - с) юридические консультанты международных компаний, оказывающие услуги предприятиям креативной индустрии.
4. Наибольшую часть российского экспорта креативных товаров составляют:
- а) продукция издательского дела и печатные медиа, дизайн;
 - б) художественное кино и сериалы;
 - с) ювелирные изделия;
 - д) компьютерные игры
5. Договор, по которому одна сторона обязуется предоставить другой стороне за вознаграждение право использовать в предпринимательской деятельности комплекс исключительных прав, включающий право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав, в частности на коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау), называется:
- а) лицензионный договор;
 - б) коммерческая концессия;
 - с) договор об отчуждении исключительного права,
 - д) договор авторского заказа.
6. Что не относится к средствам индивидуализации (СИ):
- а) товарные знаки;
 - б) наименований места происхождения товара;
 - с) наименование лицензирующего органа;
 - д) фирменные наименования.
7. Период действия имущественных правомочий правообладателя. Российским законодательством установлен следующий срок действия исключительного права на товарный знак:
- а) 10 лет со дня подачи заявки
 - б) 15 лет со дня подачи заявки
 - с) на срок действия деятельности юридического лица
8. Период действия имущественных правомочий правообладателя. Российским законодательством установлен следующий срок действия исключительного права на фирменное наименование:
- а) 10 лет
 - б) 15 лет
 - с) на срок действия деятельности юридического лица

Устный опрос	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 работа хорошо аргументирована и убедительна
	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 (60-66%)	Логика крайне слабая, отсутствует или неадекватна выбранной теме
	F (менее 60%)	Логика крайне слабая или отсутствует
Тест	A (90-100%)	По результатам тестирования обучающийся дал 90-100% правильных ответов на тестовые задания
	B (82-89%)	По результатам тестирования обучающийся дал 82-89% правильных ответов на тестовые задания
	C (75-81%)	По результатам тестирования обучающийся дал 75-81% правильных ответов на тестовые задания
	D (67-74%)	По результатам тестирования обучающийся дал 67-74% правильных ответов на тестовые задания
	E (60-66%)	По результатам тестирования обучающийся дал 60-67% правильных ответов на тестовые задания
	F (менее 60%)	По результатам тестирования обучающийся дал менее 60% правильных ответов на тестовые задания
Доклад	A (90-100%)	Тема доклада является актуальной и соответствует тематике дисциплины. Тема доклада полностью раскрыта. Проанализировано более 10 актуальных источников, из которых минимум 5 были академическими. Доклад представлен с помощью качественной презентации. Список источников составлен в соответствии с академическими требованиями. Были даны ответы на все дополнительные вопросы.
	B (82-89%)	Тема доклада в целом является актуальной и соответствует тематике дисциплины. Тема доклада в целом раскрыта. Проанализировано 7-10 актуальных источников. Доклад представлен с помощью презентации. Список источников составлен в соответствии с академическими требованиями. Были даны ответы на 70-90% дополнительных вопросов.

	C (75-81%)	Тема доклада в целом соответствует тематике дисциплины. Тема доклада раскрыта не полностью. Проанализировано 5-7 актуальных источников. Список источников с незначительными ошибками в формате представления. Были даны ответы на 40-70% дополнительных вопросов.
	D (67-74%)	Доклад не отвечает некоторым задачам обучения по данной дисциплине. Тема доклада раскрыта слабо. Проанализировано менее 5 актуальных источников, из которых только 1 был академическим. Список источников с ошибками в формате представления. Были даны ответы на менее 40% дополнительных вопросов.
	E (60-66%)	Доклад не отвечает большинству целей/задачам обучения по данной дисциплине. Тема доклада не раскрыта. Проанализировано менее 3 актуальных источников, из которых только один был академическим. Дополнительные вопросы вызвали затруднение. Список источников с грубыми ошибками в формате представления.
	F (менее 60%)	Доклад не представлен либо тема доклада не раскрыта, допущены значительные ошибки в понимании задач, терминологии, концепций. Доклад представлен без помощи презентационных материалов (слайдов). Или отсутствует список использованных источников. Или полностью отсутствуют академические источники.

1.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация осуществляется в форме экзамена в 6 семестре.

В качестве средств, используемых на промежуточной аттестации, предусматривается:

Вопросы к экзамену

1.3. Типовые задания для проведения промежуточной аттестации

1. Состав креативных индустрий по международным методологиям (DCMS, NESTA, ЮНЕСКО).
2. Отраслевой подход к измерению креативной экономики.
3. Измерение креативной экономики, по оценке занятости.
4. Методология ЮНИДО по развитию креативных индустрий
5. Особенности классификации креативных индустрий в РФ.
6. Метод картирования.
7. Концепция развития творческих индустрий РФ (2021).
8. Емкость внутреннего рынка креативных индустрий в РФ. Методология АСИ.
9. Экспортный потенциал креативных индустрий в РФ.
10. Творческие индустрии Москвы.
11. Программы государственной и муниципальной поддержки развития креативных индустрий в РФ.

12. Экосистемы в системе поддержки креативных индустрий.
13. Виды интеллектуальной деятельности. Схема интеллектуальных прав.
14. Особенности прав на служебные результаты интеллектуальной деятельности.
15. Сравнения способов использования РИД и СИ.
16. Новые модели распоряжения исключительным правом и их применение в креативных индустриях.
17. NFT и цифровые права собственности на виртуальные объекты в креативной экономике
18. Отражение РИД в бизнес-планировании.
19. Формы импакт-инвестирования, актуальные в креативных индустриях.
20. Платформы поддержки креативных индустрий и их функции.
21. Краудфандинг в креативных индустриях.
22. Теория М. Портера о конкурентных преимуществах.
23. Методики оценки конкурентоспособности WEF, ИМТ, ССИ.
24. Факторы конкурентоспособности креативного продукта.
25. Методы формирования цены на сервисы и товары в креативной экономике.
26. Понятие экономического роста. Необходимость, типы, факторы и показатели экономического роста.
27. Современные тренды развития креативных индустрий.
28. Санкционная политика и ее последствия для развития креативных индустрий РФ.

Пример экзаменационного билета

1. Методология ЮНИДО по развитию креативных индустрий.
2. Методы формирования цены на сервисы и товары в креативной экономике
3. Задача.

По приведённым параметрам хозяйственной деятельности компаний, предоставляющих услуги онлайн кинотеатров, определите уровни конкурентоспособности К1, К2, К3 относительно лидера рынка, занимающего наибольшую его долю.

Параметры деятельности	Ivi	Okko	Кинопоиск	Амедиатека
1. Рыночная доля компании	22 %	10 %	10%	12 %
2. Рост объемов услуг	3 %	5 %	2 %	6 %
3. Рентабельность	15 %	12 %	10 %	15 %
4. Качество услуг	95 %	97 %	90 %	95 %

Шкала оценки:

1 вопрос – от 0 - 30%;

2 вопрос – от 0 – 30%,

3 задача – от 0 – 40%.

2. Критерии оценки по дисциплине

Описание работ	Максимальное количество баллов
1. Посещение занятий/активность на занятиях	Не оценивается
2. Выполнение форм текущего контроля успеваемости:	
Устный опрос	25
Доклад	30
Тесты	45
Итого текущий контроль:	100
Промежуточная аттестация	100
Итого по всем формам контроля:	-

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

