

**Санкт-Петербургский филиал федерального государственного
автономного образовательного учреждения высшего образования
"Национальный исследовательский университет
"Высшая школа экономики"**

Факультет Санкт-Петербургская школа экономики и менеджмента
Департамент менеджмента

**Рабочая программа дисциплины
Инновации в экономике впечатлений**

для направления 38.04.02. «Менеджмент» подготовки магистра
для магистерской программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гос-
теприимства и туризме»

Разработчик программы
Матецкая М.В., к.э.н., доцент, mmatetskaya@hse.ru

Согласована начальником ОСУП

« ____ » _____ 201 г.

Т.И. Видяева _____

Утверждена Академическим советом ОП «»

« ____ » _____ 201 г.

Академический руководитель образовательной программы

В. Э. Гордин _____

Санкт-Петербург, 2016

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университе-
та и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.*



Область применения и нормативные ссылки

Настоящая рабочая программа дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента, а также определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, учебных ассистентов и студентов направления 38.04.02. Менеджмент подготовки магистра, обучающихся по магистерской программе «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» по специализации «Менеджмент событийного и культурного туризма» (НИУ ВШЭ - Санкт-Петербург), изучающих дисциплину «Инновации в индустрии впечатлений».

Программа разработана в соответствии с:

- Образовательным стандартом ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО АВТОНОМНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «НАЦИОНАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО УНИВЕРСИТЕТА «ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ» Уровень высшего образования: Магистратура, Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент», Квалификация: Магистр

<https://spb.hse.ru/data/2015/10/01/1102505241/38.04.02%20%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82.pdf>

- Образовательной программой направления 38.04.02.– «Менеджмент» подготовки магистров, обучающихся по магистерской программе «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»
- Рабочим и базовым учебным планом университета по направлению 38.04.02.Менеджмент подготовки магистра, обучающихся по магистерской программе «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме».

2 Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Инновации в индустрии впечатлений» являются формирование у студентов практических навыков и компетенций в области управления организациями и проектами в сфере креативных индустрий и туризма, освоение навыков создания бизнес-проектов в данных сферах и методов управления проектами на разных этапах его реализации.

Особое внимание будет уделяться предпринимательству в интернете (он-лайн проекты) как наиболее динамично развивающейся и открытого сектора креативных индустрий и туризма. Данный курс с одной стороны удовлетворит спрос на знания для создания стартапов, с другой - позволяет повысить качество стартапов и уже существующих проектов. Исследуются различные вопросы, стоящие перед маркетологами, менеджментом и консультантами при выведении проектов на рынок и их развития. Логика курса построена с учетом глобальных тенденций развития креативных индустрий, и в то же время имеет сравнительную перспективу (оценить развитие проектов в индустрии впечатлений в России и в других странах).

Программа дает студентам представление о изменении роли, формах и содержания инновационных проектов в сфере культурных и креативных индустрий в современном обществе. В курсе рассматриваются как теоретические основы развития креативных индустрий, так и широкое использование кейсов, что позволяет студентам проследить возникновение, развитие и перспективы творческих индустрий на глобальном, региональном, национальном и местном уровнях. Темы курса охватывают вопросы, связанные с процессами создания стартапов и инновациями в области менеджмента и маркетинга проектов, так и более широкие вопросы относительно взаимодействия культуры, бизнеса и политики.



Цели освоения дисциплины «Инновации в экономике впечатлений»:

- Формирование понимания процесса создания жизнеспособных проектов в индустрии впечатлений у студентов - потенциальных предпринимателей.
- Ознакомление студентов с моделями и инструментарием предпринимателя и управления применительно к организациям, работающим в сфере креативных индустрий и туризма;
- Формирование практических навыков в области управления проектами.

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен знать:

- Формы осуществления коммерческой и некоммерческой деятельности в сфере креативных индустрий в России в мире (предпринимательство, некоммерческое и социальное предпринимательство, государственный сектор);
- Практику организации работы в креативных индустриях и секторе туризме;
- Специфику потребительского поведения и маркетинговых инструментов, используемых для разработки и ведения проектов.
- Основные бизнес-модели компаний, работающих в креативных индустриях и в туризме;
- возможности для формирования устойчивых конкурентных преимуществ компаний в интернет-сфере.

Уметь

- вести предпринимательскую деятельность в креативных индустриях и туризме;
- разрабатывать и реализовывать бизнес-модели;
- использовать актуальные методы, приемы, инструментарий в создании проектов
- планировать и оценивать результаты предпринимательской деятельности в креативных индустриях и туризме

В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

Компетенция	Код по НИУ	Уровень освоения компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
Способен предлагать концепции, модели, изобретать и использовать новые способы деятельности	СК-2	РБ / СД	<i>Организует групповую работу при выполнении проекта</i>	<i>Лекции, Семинары, проектная и самостоятельная работа учащихся.</i>
Способен порождать принципиально новые идеи и продукты, обладает креативностью, инициативностью	ПК-8	РБ / СД	<i>Владеет методами создания новых идей и продуктов, создает креативные идеи</i>	<i>Подготовка сообщений на семинарских занятиях, публичные презентации и обсуждения проектов</i>
Способен выявлять данные, необходимые для решения поставленных управленческих и предпринимательских задач; осуществлять сбор данных и их обработку	ПК-26	РБ / СД	<i>Владеет методами определения рынка, потребностей це-</i>	<i>Семинары, самостоятельная работа, проектная работа</i>



Компетенция	Код по НИУ	Уровень освоения компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
			<i>левой аудитории</i>	
Способен находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса	ПК-24	РБ / СД	<i>Владеет методами сбора и систематизации информации; умеет применять их для решения конкретных задач</i>	<i>Участие в лекционных и практических занятиях, самостоятельная работа</i>
Способен использовать современные менеджериальные технологии и разрабатывать новые технологии управления для повышения эффективности деятельности организации	ПК-24	РБ / СД	<i>Способен выявить инновации и перспективные тренды в развитии культурных индустрий</i>	<i>Семинары, самостоятельная и проектная работа</i>

Для достижения баланса между теоретическими основами и практическими навыками, лекционный материал и обсуждения прочитанного материала сочетаются с кейсами и практическими заданиями, направленными на использование получаемых знаний и навыков. Курс включает в себя кейсы проектов из креативных индустрий и туризма. Экзаменационный проект, кейсы и выполнение домашних заданий призваны способствовать выработке навыков, позволяющих использовать комплекс инструментов, пригодных для решения вопросов, возникающих перед предпринимателем или менеджером проекта.

Данный курс обеспечит студентов практическими знаниями, необходимыми для оценки, продвижения и управления проектами. Для этого предполагается создать у студентов понимание того, какие факторы должны учитываться при работе с проектом, включая риски и выгоды, понимание поведения потребителей, тактические знания, необходимые для выведения на рынок и управления новым продуктом.

4 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Инновации в индустрии впечатлений» относится к циклу общих дисциплин направления и блоку дисциплин, обеспечивающих подготовку магистра по направлению 38.04.02. Менеджмент.

Дисциплина читается в третьем модуле на первом курсе обучения в магистратуре, и призвана обеспечить развитие у магистрантов базовых представлений о предпринимательской деятельности в креативных индустриях и туризме, инновационных подходах к управлению проектами в данных сферах.

5 Тематический план учебной дисциплины

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ - 4 зачетные единицы

№	Название раздела	Всего	Аудиторные часы	Само-
---	------------------	-------	-----------------	-------



		часов	Лекции	Семинары	стоя- тельная работа
1	Бизнес-модели и инновации в управлении проектами и организациями в креативных индустриях и туризме.	28	2	6	20
2	Источники идей для стартапа. Анализ рынка. Оценка потенциала рынка. Анализ конкурентов	30	4	6	20
3	Этапы стартапа и экономика продукта. Финансы стартапа. Модели монетизации.	32	2	6	24
4	Инвестиции. Источники инвестиций. Виды инвесторов. Существующие программы поддержки стартапов и проектов в сфере креативных индустрий	28	4	6	20
5	Подготовка питча для инвесторов	30	4	6	20
	Итого:	152	16	32	104

6 Формы контроля знаний студентов

Тип контро- ля	Форма кон- троля	З модуль	Параметры
Текущий	Работа на се- минарских за- нятиях	*	Работа на семинарских занятиях складывается из двух больших блоков: разработка предложений по созданию стартапа в составе проектной группы и разбор кейсов по темам курса. Поэтому отрабатываются навыки командной работы и взаимодействия, выступление с презентациями. При разборе кейсов важным является активность в дискуссии, аргументированность позиции автора. Самостоятельная работа к семинарским занятиям связана с поиском и изучением источников по темам курса (как актуальная информация относительно развития креативных индустрий и компаний, так и теоретические и концептуальные работы по темам курса).
	Контрольная работа	6-8	Публичная презентация по групповым проектам (презентация на 3-5 минут согласно правилам питчинга для презентаций стартапов)



	Домашнее задание	4-5	Письменная работа с описанием бизнес модели одного из рассматриваемых кейсов на семинарских занятиях (кейс также может быть выбран самостоятельно)
Итоговый	Экзамен	*	Защита проектов по темам курса

7 Критерии оценки знаний, навыков

Преподаватель оценивает работу студентов **на семинарских занятиях** по следующим параметрам:

- активность студентов в дискуссиях;
- умение излагать содержание и предлагать собственную критическую оценку материалов, заданных для чтения и подготовки к семинару;
- участия в групповых формах работы на семинаре (работа в командах с кейсами, деловые игры и др.)
- использование реальных данных и примеров из практики компаний при выполнении заданий

Все письменные работы по курсу должны быть сданы строго до установленного преподавателем срока (день и час) по электронной почте. Работа, сданная после установленного срока, не оценивается и не засчитана как выполненная.

Студенты, отсутствующие на занятиях, могут представить задания семинарских занятий письменно по электронной почте, по отдельному запросу и договоренности с преподавателем строго в рамках установленных сроков сдачи работ.

Критерий оценки работы на семинарских занятиях (О_{суд})

Оценивается работа студентов во время лекционных и семинарских занятий (выступление с устным ответом, участие в дискуссии, ответы на вопросы, выполнение проверочных тестов и заданий по темам курса).

Оценка	Критерии выставления оценки
«Отлично» (8-10)	Студент обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала; принимает активное участие в обсуждении по теме семинарских занятий; усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой; проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.
«Хорошо» (6-7)	Студент обнаруживает полное знание учебно-программного материала и основных категорий курса; усвоил основную литературу, рекомендованную в программе, принимает систематическое участие в об-



	суждениях на семинарских занятиях.
«Удовлетворительно» (4-5)	Студент обнаруживает знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, участвует в обсуждении, задает вопросы.
«Неудовлетворительно» (0-2)	Студент не принимает участия в обсуждении на семинарском занятии, не обнаруживает знания основного учебно-программного материала.

Критерий оценок домашней работы ($O_{дз}$)

Домашняя работа представляет собой письменную индивидуальную работу, в которой описан один из кейсов компаний по следующим блокам:

- Описана бизнес-модель компании
- Выделены направления компании, которые можно считать инновациями в индустрии (управленческие, маркетинговые, продуктовые и пр)
- Описана стадия развития компании (по этапам стартапа или жизненного цикла организации). Описана модель монетизации.
- Описаны источники инвестиций, которые стартап получил для развития.

Объем работы составляет не менее 5 страниц, выполняется на русском или английском языке по желанию студента.

Критерий оценивания:

Оценка	Критерии выставления оценки
«Отлично» (8-10)	Работа выполнена самостоятельно, доля заимствованного текста составляет не более 10%. Кейс выбранной компании описан подробно по всем блокам задания. В работе указаны первоисточники относительно кейса.
«Хорошо» (6-7)	Работа выполнена самостоятельно, доля заимствованного текста составляет не более 20%. Кейс выбранной компании описан частично по блокам задания. В работе указаны первоисточники относительно кейса.
«Удовлетворительно» (4-5)	Работа выполнена самостоятельно, доля заимствованного текста составляет не более 30%. Кейс выбранной компании описан частично по блокам задания. В работе есть погрешности относительно оформления. В содержательной части могут быть ошибки (информация недостоверна или отсутствует)
«Неудовлетворительно» (0-2)	Работа не выполнена

Критерий оценок контрольной работы ($O_{контр. работа}$)



Контрольная работа предшествует экзамену и представляет собой короткую презентацию групповых проектов студентов по созданию стартапов. Студенты получают индивидуальные и групповые задания для самостоятельной работы. При выполнении группового задания студенты получают единую для всей группы оценку.

Оценка	Критерии выставления оценки
«Отлично» (8-10)	Презентация отражает суть идеи, представлена общая идея стартапа, бизнес-модель, финансовая модель бизнеса. Оценивается комплексность презентации и сама идея стартапа.
«Хорошо» (6-7)	Презентация отражает суть идеи, представлена общая идея стартапа, частично представлены бизнес-модель, финансовая модель бизнеса.
«Удовлетворительно» (4-5)	Презентация частично отражает суть идеи, представлена общая идея стартапа, частично представлены бизнес-модель, финансовая модель бизнеса.
«Неудовлетворительно» (0-2)	Задание не выполнено.

Критерии оценки экзамена (О_{экз.})

Экзамен представляет собой презентацию итоговых проектных работ по курсу, которая включает выполнение заданий по всем 4-м блокам тем. Задание выполняет группа (7-10 человек) и защищает презентацию проекта в ходе экзамена.

Проект: разработать и представить концепцию проекта или стартапа, который будет успешен в креативной индустрии на всех представленных в ходе изучения курса уровнях:

1. Быть потенциально хорошо масштабируемым до национального и/или глобального уровня экономики. (Стратегия, инвестиционная бизнес компонента)
2. Встраиваться в структуру имеющегося или перспективного развития сектора
3. Иметь четкий план развития - конкретное детальное описание базиса запуска (Тактика, снижение рисков, death valley, гибкость и реалистичность запуска).
4. Описать внутреннюю структуру и работы, а также поэтапность их развития (Операционный уровень, командная работа, оценка индивидуальной работы каждого студента в группе)

Оценка	Критерии выставления оценки
«Отлично» (8-10)	Проект выполнен в полном объеме. Идеи проекта оригинальны и проработаны по всем блокам тем, которые включены в тематический план курса. Презентация выполнена и представлена на итогом занятии. Группа презентовала проект и участники ответили на все дополнительные вопросы.
«Хорошо» (6-7)	Проект выполнен в полном объеме. Идеи проекта оригинальны и частично проработаны по всем блокам тем, которые включены в тематический план курса (допускается проработка проекта на 80% от требуемого объема). Презентация выполнена и представлена на итогом занятии. Группа презентовала проект и участники ответили на все дополнительные вопросы.
«Удовлетворительно» (4-5)	Проект выполнен частично. Идеи проекта оригинальны и частично проработаны по блокам тем, которые включены в тематический план курса (допускается проработка проекта на 60% от требуемого



	объема). Презентация выполнена и представлена на итогом занятии. Группа презентовала проект и участники ответили на все дополнительные вопросы.
«Неудовлетворительно» (0-2)	Проект выполнен частично. Идеи частично проработаны по блокам тем, которые включены в тематический план курса (менее 60% от требуемого объема). Или презентация проекта не сделана и не представлена на итоговом занятии.

8 Содержание дисциплины

1. Бизнес-модели и инновации в управлении проектами и организациями в креативных индустриях и туризме.
2. Источники идей для стартапа. Анализ рынка. Оценка потенциала рынка. Анализ конкурентов
3. Этапы стартапа и экономика продукта. Финансы стартапа. Модели монетизации.
4. Инвестиции. Источники инвестиций. Виды инвесторов. Существующие программы поддержки стартапов и проектов в сфере креативных индустрий
5. Подготовка питча для инвесторов

Основная литература:

1. Эрик Рис, Бизнес с нуля // М.: Альпина Паблишер, 2015 г.
2. Стив Бланк, Стартап: настольная книга основателя// М.: Альпина Паблишер, 2015 г.
3. Bustamante, Enrique (2004) 'Cultural Industries in the Digital Age: Some Provisional Conclusions' Media, Culture & Society 26 (6): 803-820
1. Hartley J. (ed.). Creative industries. – Blackwell Pub., 2005.
2. Potts J. et al. Social network markets: a new definition of the creative industries //Journal of cultural economics. – 2008. – Т. 32. – №. 3. – С. 167-185.
3. Flew T., Cunningham S. Creative industries after the first decade of debate //The information society. – 2010. – Т. 26. – №. 2. – С. 113-123.
4. Power D., Nielsen T. Priority sector report: Creative and cultural industries. – European Cluster Observatory and European Commission DG Enterprise and Industry, 2010.

Дополнительная литература:

5. Ноам Вассерман, Главная книга основателя бизнеса // М.: Альпина Паблишер, 2014 г.
6. Лоуренс Лич, Вовремя и в рамках бюджета // М.: Альпина Паблишер, 2015 г.
7. Билл Кейтс, Расскажите обо мне: испытанные приемы привлечения новых клиентов // М.: Альпина Паблишер, 2011 г.
8. Александр Остервальдер, Ив Пинье, Построение бизнес-моделей // М.: Альпина Паблишер, 2015 г.
9. Стив Бланк, Четыре шага к озарению. Стратегии создания успешных стартапов // М.: Альпина Паблишер, 2014 г.
10. Olsen, Fred (1954) 'The Nature of Creative Thinking.' The Phi Delta Kappan 35 (5): 198-200
11. Negus, Keith and Michael Pickering (2000) 'Creativity and Cultural Production.' International Journal of Cultural Policy 6 (2): 259-282
12. Foord J. Strategies for creative industries: an international review //Creative Industries Journal. – 2009. – Т. 1. – №. 2. – С. 91-113.
13. Tschmuck, Peter (2003) 'How Creative are the Creative Industries? A Case of the Music Industry.'



The Journal of Arts Management, Law, and Society 33 (2): 127-141

14. Osborne, Thomas (2003) 'Against 'Creativity': a Philistine Rant.' *Economy and Society* 32 (4): 507-525

15. Caves, Richard E. (2003) 'Contracts Between Art and Commerce.' *The Journal of Economic Perspectives* 17 (2): 73-84

16. Miede, Bernard (1979) 'The Cultural Commodity.' *Media, Culture and Society* 1: 297-311 du Gay Paul and Mike Pryke (2002) 'Cultural Economy: an Introduction,' in their edited *Cultural Economy*. London: Sage, pp.1-12

17. Löfgren, Orvar (2003) 'The New Economy: a Cultural History.' *Global Networks* 3 (3): 239-254

18. Bourdieu, Pierre (1985) 'The Market of Symbolic Goods.' *Poetics* 14 (1-2): 17-23; 28-44

19. Entwistle, Joanne (2002) 'The Aesthetic Economy: the Production of Value in the Field of Fashion Modelling.' *Journal of Consumer Culture* 2 (3): 317-339

20. Bobirca A. B., Miclaus P. G., Draghici A. *Conceptualizing The Creative Industries: Theory And Policy Considerations //Transformation in Business & Economics*. – 2010. – Т. 9.

Дополнительные материалы можно найти на <http://creative-blueprint.co.uk/library>

1. Hotho S., Champion K. *Small businesses in the new creative industries: innovation as a people management challenge //Management Decision*. – 2011. – Т. 49. – №. 1. – С. 29-54.

1. Bilton C. *Management and creativity: From creative industries to creative management*. – Blackwell Publishing, 2007.

9 Образовательные технологии

В рамках курса каждое лекционное занятие в обязательном порядке предполагает интерактивную часть (не менее 30% времени занятия), привлекающую репродуктивные (моделирование исследовательских ситуаций), групповые, творческие методы обучения, способствующие усвоению материала. Предусмотрен анализ кейсов, научных статей, подготовка и презентация самостоятельных проектов в рамках курса.

Учебный курс включает аудиторные занятия (лекционные и семинарские) и самостоятельную работу по тематике курса. Студентам предоставляется комплекс презентаций лекций, дополнительные статьи по тематике курса и другие необходимые материалы. Процесс обучения включает, наряду с лекционной, следующие образовательные технологии:

Для реализации учебной работы в рамках курса предполагается несколько видов учебной работы:

- анализ и разбор кейсов и мини-кейсов, посвященных успеху (или провалу) российских и зарубежных проектов в сфере креативных индустрий;
- обсуждения на семинарах тематики заданий для самостоятельной работы и подготовки презентаций
- проведение коллективных дискуссий;
- встречи с представителями компаний, экспертами, работающими в сфере креативных проектов и туризма. В рамках курса предполагается так же использование дистанционных образовательных технологий.



9.1. Методические рекомендации студентам по освоению дисциплины.

Все материалы курса загружены в LMS, по каждому разделу в LMS имеются обязательные к изучению материалы (презентации и тексты), и рекомендательные (видео и тексты). Каждое задание описано подробно относительно целей выполнения, дедлайна, технологии и критериев оценки.

10 Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

10.1 Тематика заданий текущего контроля

1. Пример задания к семинару

Задание – изучить сайт проекта Airbnb, <https://www.airbnb.ru/> (посмотреть все его разделы, попробовать найти и забронировать жилье, изучите основные и дополнительные сервисы сайта, отзывы пользователей и пр.). Самостоятельно найти дополнительную информацию о проекте для обсуждения вопросов ниже.

Вопросы для обсуждения:

- идея проекта
- в каких условиях проект стартовал, какова история создания проекта
- насколько проект устойчив в текущих условиях и каковы его перспективы в будущем
- что такое “устойчивость” проекта и каковы могут быть ее составляющие (финансовая устойчивость, гибкость проекта, устойчивость спроса и пр.)

2. Пример домашнего задания

Домашняя работа представляет собой письменную индивидуальную работу, в которой описан один из кейсов компаний по следующим блокам:

- Описана бизнес-модель компании
- Выделены направления компании, которые можно считать инновациями в т индустрии (управленческие, маркетинговые, продуктовые и пр.)
- Описана стадия развития компании (по этапам стартапа или жизненного цикла организации). Описана модель монетизации.
- Описаны источники инвестиций, которые стартап получил для развития.

Компания или стартап должны быть выбраны студентом самостоятельно, относиться к индустрии впечатлений. Работа должны быть оформлена в соответствии с образцом, который загружен в LMS. Объем работы должен быть не менее 5 страниц.

10.2 Примеры заданий итогового контроля (экзамена).

Итоговое задание:

Задание выполняет группа (7-10 человек) и защищает презентацию проекта в ходе экзамена.

Проект: разработать и представить концепцию проекта или стартапа, который будет успешен в креативной индустрии на всех представленных в ходе курса уровнях:

1. Быть потенциально хорошо масштабируемым до национального и/или глобального уровня экономики. (Стратегия, инвестиционная бизнес компонента)
2. Встраиваться в структуру имеющегося или перспективного развития креативных индустрий
3. Иметь четкий план развития с городского аспекта - конкретное детальное описание базиса запуска (Тактика, снижение рисков, death valley, гибкость и реалистичность запуска).
4. Описать внутреннюю структуру и работы, а также поэтапность их развития (Операционный уровень, командная работа, оценка индивидуальной работы каждого студента в группе)



11 Порядок формирования оценок по дисциплине

Оценки за работу на семинарских занятиях преподаватель выставляет в рабочую ведомость. Накопленная оценка по 10-ти балльной шкале за работу на семинарских и практических занятиях определяется перед итоговым контролем – $O_{аудиторная}$.

Самостоятельная работа студентов: оценивается правильность выполнения домашних работ, задания для которых выдаются на семинарских занятиях, качество презентаций и докладов. Оценки за самостоятельную работу студента преподаватель выставляет в рабочую ведомость.

Накопленная оценка по 10-ти балльной шкале за самостоятельную работу определяется перед промежуточным или итоговым контролем – $O_{сам. работа}$.

Накопленная оценка учитывает результаты работы студента по текущему контролю (и формируется следующим образом:

$$O_{накопленная} = 0,4 * O_{ауд} + 0,3 * O_{дз} + 0,3 * O_{к/р}, \text{ где}$$

$O_{дз}$ – оценка за домашнюю работу,

$O_{ауд}$ – оценка за работу на семинарских занятиях,

$O_{к/р}$ – оценка за контрольную работу

Способ округления накопленной оценки текущего контроля – арифметический.

Результирующая оценка за дисциплину рассчитывается следующим образом:

$$O_{результ.} = 0,7 * O_{накоп.} + 0,3 * O_{экз.}$$

Способ округления накопленной оценки итогового контроля в форме экзамена: арифметический.

На передаче студенту не предоставляется возможность получить дополнительный балл для компенсации оценки за текущий контроль.

Способ округления результирующей оценки по учебной дисциплине: арифметический.

Оценки по всем формам текущего и итогового контроля выставляются по 10-ти балльной шкале.

12 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

12.1 Основная литература

1. Креативные индустрии в городе: вызовы, проекты и решения. Сборник научных статей студентов и преподавателей НИУ ВШЭ / Отв. ред.: Ю. О. Папушина, М. В. Матецкая. СПб. : Левша-Санкт-Петербург, 2012.
2. Guillebeau C. The \$100 startup: Reinvent the way you make a living, do what you love, and create a new future. – Crown Business, 2012.
3. Лейси С. Мечтай, создавай, изменяй //Как молодые предприниматели меняют мир и зарабатывают состояния (Brilliant, Crazy, Cocky: How the Top 1% of Entrepreneurs Profit from Global Chaos...: Манн, Иванов и Фербер, 2012.–256 с. – 2012.
4. Kaufman S. B., Gregoire C. How to Cultivate Creativity //Scientific American Mind. – 2016. – Т. 27. – №. 1. – С. 62-67.



5. Taleb N. N. Antifragile: Things that gain from disorder. – Random House Incorporated, 2012. – Т. 3.
6. Гай К. Стартап: 11 мастер-классов от экс-евангелиста Apple и самого дерзкого венчурного капиталиста Кремниевой долины= The Art of the Start: The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything //М.:«Манн, Иванов и Фербер». – 2012. – С. 272.

12.2 Дополнительная литература

1. Матецкая М. В. Креативность: понятие; формы реализации; тенденции // В кн.: КРЕАТИВНОСТЬ В ГАСТРОНОМИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПРАКТИКИ / Науч. ред.: В. Э. Гордин, Ю. Г. Трабская. СПб. : Левша-Санкт-Петербург, 2015. Гл. 1. С. 7-13.
2. Adorno, Theodor W. (1975) 'Culture Industry Reconsidered' New German Critique 6: 12-19
3. Hirsch, Paul M. (2000) 'Cultural Industries Revisited.' Organization Science 11 (3): 356-361
4. Bustamante, Enrique (2004) 'Cultural Industries in the Digital Age: Some Provisional Conclusions' Media, Culture & Society 26 (6): 803-820
5. Pratt, Andy C. (2004) 'The Cultural Economy: a Call for Spatialized 'Production of Culture' Perspectives.' International Journal of Cultural Studies 7 (1): 117-128
6. Scott, Allen J. (1999) 'The Cultural Economy: Geography and the Creative Field.' Media, Culture and Society 21: 807-817
7. Pierre-Michel (1999) 'Artistic labor markets and careers.' Annual Review of Sociology 25: 541-574.
8. Зеленцова, Е.В. (2009). От творческих индустрий к творческой экономике. Управленческое консультирование, 3, 190-199.
9. Зеленцова, Е.В., Мельвиль, Е.Х. (2011). Развитие творческих индустрий в России: проблемы и перспективы. Культурологический журнал, 4, 9.
10. Креативные индустрии: учеб. Пособие / Е.В. Зеленцова, Е.Х. Мельвиль, М. В. Румянцев и др. – Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2011. – 252 с.
11. Абанкина Т. В. и др. Государственная поддержка культуры в России //Аудит. – 2016. – №. 2. – С. 408-415.
12. Абанкина Т. В. Пространство для будущего //Journal of European Social Policy. – 2016. – Т. 26. – №. 3. – С. 1-20.
13. Caves, Richard E. (2003) 'Contracts Between Art and Commerce.' The Journal of Economic Perspectives 17 (2): 73-84
14. Bourdieu, Pierre (1985) 'The Market of Symbolic Goods.' Poetics 14 (1-2): 17-23; 28-44

12.3 Справочники, словари, энциклопедии

Инновационный фонд NESTA, раздел «Креативные индустрии»
<http://www.nesta.org.uk/our-projects/topic/2#filter-block>

Агентство «Творческие индустрии»
<http://creativeindustries.ru/rus/>

Материалы по созданию и работе стар-апов бизнес инкубатора ВШЭ
<http://inc.hse.ru>



Материалы Ассоциации менеджеров культуры
<http://www.amcult.ru/index.php/ru/knowledge/articles.html>

12.4 Источники в Интернете:

Он-лайн курсы:

- Art & Activity: Interactive Strategies for Engaging with Art by MoMA
<https://www.coursera.org/learn/art-activity>
- Arts and Culture Strategy by University of Pennsylvania, National Arts Strategies
<https://www.coursera.org/learn/arts-culture-strategy>
- Leading Innovation in Arts and Culture by Vanderbilt University, National Arts Strategies
<https://www.coursera.org/learn/arts-culture-innovation>
- Innovation and Design for Global Grand Challenges by Duke University
<https://www.coursera.org/learn/grand-challenges>
- Creativity & Entrepreneurship by Berkley Institute for Creative Entrepreneurship
<https://www.edx.org/course/creativity-entrepreneurship-berkleex-oentr-391x-2>

Прохождение он-лайн курсов на платформе Coursera (наличие сертификата или отчет о работе в рамках курса через аккаунт на Coursera) является основанием для допуска к экзамену, заменяет аудиторную работу для студентов, находящихся на стажировках в других университетах. При этом участие в проектной работе остается обязательным.

13 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для полноценного проведения занятий по курсу необходимо наличие на каждом занятии компьютера (или ноутбука), мультимедийного проектора и экрана, что связано как с показом лекционного материала, так и с докладами студентов в виде презентаций в Power Point и иных специальных программах для подготовки и проведения презентаций. Специальное программное обеспечение для проведения занятий по данной дисциплине не требуется.