

**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
Культурные и креативные индустрии
(Майнор «Креативные индустрии»)
уровень бакалавр**

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

Согласована Менеджером Факультета Санкт-Петербургская школа социальных и гуманитар-
ных наук

«_____» _____ 201 г.

Б. Б. Неупокоев _____

Утверждена Академическим руководителем майнора

Матецкая М. В. _____

Санкт-Петербург, 2016

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



1. Course name, ECTS, quarter/semester, contact hours

Creative and Cultural Industries

Academic year: 2017/2018

Status: Minor

The course is held by: St.Petersburg School of Economics and Management, Department of Management;

Venue: Department of Management (St. Petersburg campus)

Hours: 60 class hours (lectures – 20 hours, seminars – 40 hours)

Language: English

Duration: 2 Modules

Program: 30.03.02 Management

2. Author of the course

Marina Matetskaya, Associated professor, Cand. Sc. of Economics

3. Outline

The program gives students an idea of the different views on culture, on current changes of cultural and creative industries in modern society. The course examines both theoretical basis for the development of creative industries and an extensive amount of case studies that allows students to trace the origin, evolution and prospects of creative industries at global, regional, national and local levels. Course topics include issues related to the process of cultural production, cultural policy, provides students with opportunities to explore and analyze the interaction of culture, business and politics.

Course objectives

The specific learning objectives of this course are as follows. At the end of the semester, students who have successfully participated in this course should be able to:

1. explain and interrogate the concepts of culture, creativity and entrepreneurship and the relationships between them;
2. place culture, creativity and enterprise within a range of cultural, social and economic contexts;
3. interrogate the professional, organisational and institutional implications of the roles of creativity and entrepreneurship;
4. explain, interrogate and apply concepts and theories of the arts, cultural industries and
5. creative industries within selected socio-economic contexts;
6. develop a critically informed approach to understanding professional development issues in relationship to creative entrepreneurship in the cultural field.

Students are supposed to acquire the following competencies:

- to evaluate critically and creatively current issues and research in Performance and the Cultural Industries;
- to demonstrate a comprehensive understanding of research techniques, applicable to their own research interests, within the field of culture, creativity and entrepreneurship;
- to apply these techniques to a range of theoretical and practical concerns in the arts, cultural and creative industries;
- to exhibit mature and sophisticated competence in the identification and application of theories and concepts drawn from a range of disciplines, including the art and social sciences to debates about the interactions of culture, creativity and entrepreneurship



- to conduct an independent extended research project.

4. Structure and content

The course “Creative and Cultural Industries” is organized using the following educational technologies: role playing, research games, group discussions with cognitive mapping, debates etc. During the course students will discuss several videos with presentations of the best research practices.

Course structure

Course is composed with lectures, seminars, case studies, group work and individual projects. It also requires from students to prepare a great deal of work at home.

№	Topics of the course	Total (hours)	Class hours (hour)		Homework
			including		
			Lectures	Seminars	
1	Creative and Cultural Industries: Basic Concepts and Approaches to the Sector Definition	56	6	10	40
2	Cultural Policy: from Cultural Institutions to the Development of the Creative Economy	54	4	10	40
3	Cultural and Creative Industries in the City (Territorial) Aspect	66	6	10	50
4	Skills and Career for the Development of Creative Industries	54	4	10	40
	Total	190	20	40	130

Course content

Section 1. Creative and Cultural Industries.

Lecture 1-2. The concept of cultural and creative industries are determined with different approaches to the concept of "creativity". Development of creative and cultural industries is estimated on the basis of consumer needs and interests of producers and state institutions. The role of creative industries in the development of regional and global economy is identified.

Seminars 1. Identification and study of approaches to the definition of creative industries.

Section 2. Cultural Policy: from Cultural Institutions to the Development of the Creative Economy

Lecture 3-5. Models of cultural policy. The role of the state in the production and accessibility of cultural goods. Forms of cultural policy, the role of government agencies and non-profit foundations. The transition from a cultural policy (the support of cultural organizations) in the development of creative economy. Experience of the UK, the USA, Australia, Canada, Europe, China, Russia.



Seminars 3-5. Cultural Policy in Russia: the transition to a new paradigm of development and understanding of the role of the creative industries. The role of individual regions in Russia. Successful practices and failures. The debates about the role of culture in the development of territories.

Section 3. Cultural and Creative Industries in the City (Territorial) Aspect

Lecture 6-7. The problems of organization of the market of creative industries. The role of large companies, small and medium enterprises, entrepreneurship. Social entrepreneurship. Creative entrepreneurs: the ideas, tools, models. Creative clusters and network forms of cooperation in the field of creative industries. The role of communities and entrepreneurs in the development of creative industries, the organization of public spaces and initiatives.

Section 4. Skills and Career for the Development of Creative Industries

Lecture 8-9. Consider the knowledge, abilities and skills required for creative entrepreneurship and projects. Assess trends in the development of CI market. Features of labor in the field of CI (self-employment, freelance, project management).

Homework

Homework is writing an essay on the theme "Creative Industries" using not less than five sources, with 3 of them should not be listed in basic course literature. Student performs written work individually, 7-10 thousands marks in Russian and uploads it into the LMS regarding deadline.

In essay, the student has to demonstrate knowledge of the main concepts of the course, to formulate their own original point of view on the issue of research making arguments with knowledge of cases, theory and research results.

Exam

Final exam consists of the group project presentation. Groups involve approximately 10-15 students.

Project: Develop and introduce the concept of startup to be successful in the creative industry at all levels represented in the course

1. It has to be scaled up to the national and/or global economy. (Strategy, business investment component - Section 1)
2. Project should be embedded in the structure of an existing or prospective development of government policy of cultural industries (Social responsibility and GR - Section 2)
3. It has to have a clear plan for development in urban space - a detailed description of the specific basis for the start (tactics, risks, death valley, flexibility - Section 3)
4. Describe the internal structure of new business, as well as the phases of its development (operational level, teamwork, evaluation of the individual work of each student in the group - Topic 4)

Prerequisites

- English (advanced intermediate or advanced level)

5. Assessment

1. Demonstrating the ability to apply breadth and/or depth of knowledge to a complex specialist area;
2. Drawing on a range of perspectives on an area of study;
3. Evaluating received opinion;



4. Making sound judgements whilst understanding the limitations on judgements made in the absence of complete data.

The sum of homework grade and class work is Controlling Grade. It is calculated using the formula:

Accumulated Grade = $0,4 \cdot \text{Class Grade} + 0,3 \cdot \text{Essay} + 0,3 \cdot \text{Self-Study}$

Final Grade is calculated using the formula:

Final Grade = $0,8 \cdot \text{Accumulated Grade} + 0,2 \cdot \text{Exam}$

Grading Criteria

Evaluation of all forms of monitoring is set on a 10-point scale. The minimum amount of the printed version of the report is at least 5 pages. In assessing the tutor is guided by the following criteria:

- that the content of the work is in accord with the selected topic;
- compliance with the requirements of the design, including title page, as well as spelling, punctuation and style errors;
- clarity and consistency of presentation;
- depth analysis of the situation;
- deadline;
- conclusions and reasoning of decisions;
- introduction and conclusion, which reflect changes in the system of "before the proposed solutions" in "after the proposed solutions".

Given the above basic criteria for evaluation of homework and home assignment the teacher evaluates it on a 10-point scale.



1 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 дисциплину «Креативные и культурные индустрии», учебных ассистентов и студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», обучающихся по образовательной программе «Менеджмент».

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с:

- Образовательным стандартом федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», в отношении которого установлена категория «национальный исследовательский университет» по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», уровень подготовки: бакалавр <http://www.hse.ru/standards/standard>;
- Образовательной программой по направлению 38.03.02 «Менеджмент».
- Объединенным учебным планом университета по образовательной программе «Менеджмент».

2 Цели освоения дисциплины

«Культурные и креативные индустрии» является междисциплинарным курсом, в котором рассматриваются основы функционирования и взаимодействия между различными организациями внутри т.н. сектора культурных и креативных индустрий, а также развитие данных секторов в глобальной экономике. Культурные и креативные индустрии (в трактовке ЮНКТАД, 2010) представляют собой динамично развивающиеся направления бизнеса в отраслях медиа, дизайна, культурного производства и наследия, индустрии развлечений и пр.

Логика курса построена с учетом глобальных тенденций развития креативных индустрий, и в то же время имеет сравнительную перспективу (оценить развитие культурных и креативных индустрий в России и в других странах). Данный фокус программы делает ее интересной для изучения студентами различных специализаций и направлений, так как позволяет разрабатывать студенческие проекты по отдельным географическим регионам и конкретным отраслям в рамках креативных индустрий.

Программа дает студентам представление о различных взглядах на культуру, об изменении роли, форм и содержания культурных и креативных индустрий в современном обществе. В курсе рассматриваются как теоретические основы развития креативных индустрий, так и широкое использование кейсов, что позволяет студентам проследивать возникновение, развитие и перспективы творческих индустрий на глобальном, региональном, национальном и местном уровнях. Темы курса охватывают вопросы, связанные с процессами культурного производства, культурной политики, предоставляет студентам возможности для изучения и анализа взаимодействия культуры, бизнеса и политики.



3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен знать:

- Концепции и подходы к определению культурных и креативных индустрий;
- Значение и роль креативных организаций в современном обществе (в теории и на практике), их влияние на развитие личности и различных сообществ;
- Формы ведения осуществления деятельности в сфере креативных индустрий в России в мире (предпринимательство, некоммерческое и социальное предпринимательство, государственный сектор);
- Особенности процессов производства и потребления в сфере креативных индустрий;
- Принципы построения и реализации культурной политики в современных условиях.

В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции (по стандарту 38.03.02 «Менеджмент»):

Компетенция	Код по НИУ	Уровень освоения компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
Способен работать в команде	УК-7	РБ/СД	<i>Организует групповую работу при выполнении проекта</i>	<i>Лекции, Семинары, проектная и самостоятельная работа учащихся.</i>
Способен находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею	ПК-27	РБ/СД	<i>Владеет методами создания новых идей и продуктов, создает креативные идеи</i>	<i>Подготовка сообщений на семинарских занятиях</i>
Способен разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений - деятельности, продуктов и т.п.)	ПК-28	РБ/СД	<i>Владеет методами определения рынка, потребностей целевой аудитории</i>	<i>Семинары, самостоятельная работа, проектная работа</i>
Способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных исследовательских задач	ПК-31	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 выбрать инструментальные средства для обработки информации в соответствии с поставленной научной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы	ПК-32	РБ/СД	<i>Использует современные информационные технологии при анализе креативных индустрий</i>	<i>Участие в семинарских занятиях, самостоятельная работа</i>
Способен анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую	ПК-33	РБ/СД	<i>Владеет методами качественного</i>	<i>Анализ кейсов, работа над групповыми и инди-</i>



Компетенция	Код по НИУ	Уровень освоения компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
терскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать ее в научной работе			<i>и количественного анализа</i>	<i>видеальными занятиями</i>
Способен анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять закономерности изменения социально-экономических показателей	ПК-34	РБ/СД	<i>Способен выявить причинно-следственные связи в развитии культурных индустрий</i>	<i>Семинары, самостоятельная и проектная работа</i>
Способен использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии	ПК-35	РБ/СД	<i>Использует современные информационные технологии для анализа эффективных онлайн коммуникаций</i>	<i>Участие в семинарских занятиях, самостоятельная работа</i>

4 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина относится к дисциплинам по выбору (майно́р «Креативные и культурные индустрии»)

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- знание английского на уровне «intermediate» или «advanced».

5 Тематический план учебной дисциплины

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ - 5 зачетных единиц

№	Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы			Самостоятельная работа
			Лекции	Семинары	Практические занятия	
1	Культурные и креативные индустрии: основные понятия и подходы к определению секторов.	56	6	10		40
2	Культурная политика: от организаций	54	4	10		40



	культуры к развитию креативной экономики					
3	Культурные и креативные индустрии в городском (территориальном) аспекте	66	6	10		50
4	Навыки и профессии для развития креативных индустрий	54	4	10		40
	Итого:	190	20	40		130

6 Формы контроля знаний студентов

Тип контроля	Форма контроля	1 модуль		Параметры
		1	2	
	Домашняя работа	4		Эссе на тему «Креативные индустрии», письменная работа, выполненная на основе академических источников (3 из них не указаны в списке литературы к программе), объем 7-10 тыс.знаков, на английском языке
	Работа на семинарских занятиях	*	*	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	*	*	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). Изучение материалов и их интерпретация. Подготовка письменных работ. Большой блок самостоятельной работы студентов связан с разработкой собственной идеи стартапа. Работа выполняется по этапам, каждый из которых обсуждается на семинарском занятии (презентации групп, обсуждение)
Итоговый	Экзамен		*	Защита проектов по темам курса

7 Критерий 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.)
- точность формулировки исследовательских вопросов, задач, методов
- использование материалов научных исследований и реальных данных при выполнении заданий
- умение излагать письменно и устно свои мысли на английском языке

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 ($O_{\text{ауд}}$)

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 обсуждениях 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 самостоятельной работы ($O_{\text{сам. работа}}$)

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)	Задание выполнено в полном объеме, студент обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала.



	ла, свободно и правильно оперирует основными терминами и понятиями курса.
«Хорошо» (6-7)	Задание выполнено с несущественными ошибками, студент обнаруживает глубокое знание учебно-программного материала, свободно и правильно оперирует основными терминами и понятиями курса.
«Удовлетворительно» (4-5)	Задание выполнено с существенными ошибками, студент обнаруживает поверхностное знание учебно-программного материала, основных терминов и понятий курса.
«Неудовлетворительно» (0-2)	Задание не выполнено.

Критерий оценки домашнего задания (О_{дз})

В качестве домашнего задания студент пишет эссе на тему «Креативные индустрии», используя не менее пяти источников, при этом 3 из них не должны быть указаны в списке литературы в этой программе. Студент выполняет письменную работу объемом 7-10 тыс.знаков, на английском языке, согласно требованиям, изложенным ниже (см. раздел 9).

Кроме того, при написании эссе, студент должен продемонстрировать знание основных понятий по теме исследования (гlossарий терминов и понятий).

Оценка	Критерии выставления оценки
«Отлично» (8-10)	Тема полностью раскрыта, даны основные положения статьи и четко выражена авторская позиция, имеются логичные и обоснованные выводы, работа оформлена на высоком уровне. Автор свободно ориентируется в материале, может аргументировано отстаивать свою точку зрения и ответить на возникающие вопросы.
«Хорошо» (6-7)	Тема в целом раскрыта, прослеживается авторская позиция, сформулированы необходимые выводы, автор уверенно ориентируется в материале. Имеются замечания / неточности в части изложения и отдельные недостатки по оформлению работы.
«Удовлетворительно» (4-5)	Тема раскрыта недостаточно полно, авторская позиция выражена слабо, аргументации и необходимого анализа. Имеются недостатки в оформлении.
«Неудовлетворительно» (0-2)	отсутствует оценка и выводов. Имеются недостатки в оформлении работы. Автор плохо ориентируется в представленном материале. Содержание работы заимствовано из какого-либо источника.

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 (10-15 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 майнора уровнях:



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

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

Тема 1. Культурные и креативные индустрии: основные понятия и подходы к определению секторов.

Лекция – 6 часов. Рассматриваются концепции культурных и креативных индустрий с точки зрения различных подходов, существующих к понятию “креативность”. Развитие творческих и креативных индустрий рассматривается исходя из запросов потребителей, интересов производителей и государственных институтов.

Рассматривается роль креативных индустрий в развитии региональной и глобальной экономики.

Семинар – 10 часов. Обсуждение кейсов, дискуссии по темам:

- Подходы к определению культурных и креативных индустрий.



- Различия между культурными и креативными индустриями.

- В чем суть продукта культурных и креативных индустрий?

Разделение студентов на проектные группы для выполнения промежуточных и итоговых заданий по курсу.

Выполнение домашнего задания – эссе.

Основная литература:

1. Adorno, Theodor W. and Horkheimer, Max (1972) 'The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception' in their The Dialectic of Enlightenment. London: Verso, pp. 120-124, 136-149, 154-167
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
1. Hartley J. (ed.). Creative industries. – Blackwell Pub., 2005. – С. xvii-414.
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. Potts J., Cunningham S. Four models of the creative industries //International journal of cultural policy. – 2008. – Т. 14. – №. 3. – С. 233-247.
4. Flew T., Cunningham S. Creative industries after the first decade of debate //The information society. – 2010. – Т. 26. – №. 2. – С. 113-123.
5. Power D., Nielsen T. Priority sector report: Creative and cultural industries. – European Cluster Observatory and European Commission DG Enterprise and Industry, 2010.

Дополнительная литература:

6. Olsen, Fred (1954) 'The Nature of Creative Thinking.' The Phi Delta Kappan 35 (5): 198-200
7. Negus, Keith and Michael Pickering (2000) 'Creativity and Cultural Production.' International Journal of Cultural Policy 6 (2): 259-282
8. Foord J. Strategies for creative industries: an international review //Creative Industries Journal. – 2009. – Т. 1. – №. 2. – С. 91-113.
9. 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
10. Osborne, Thomas (2003) 'Against 'Creativity': a Philistine Rant.' Economy and Society 32 (4): 507-525
11. Caves, Richard E. (2003) 'Contracts Between Art and Commerce.' The Journal of Economic Perspectives 17 (2): 73-84
12. Mieke, 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
13. Löfgren, Orvar (2003) 'The New Economy: a Cultural History.' Global Networks 3 (3): 239-254
14. Bourdieu, Pierre (1985) 'The Market of Symbolic Goods.' Poetics 14 (1-2): 17-23; 28-44
15. Entwistle, Joanne (2002) 'The Aesthetic Economy: the Production of Value in the Field of Fashion Modelling.' Journal of Consumer Culture 2 (3): 317-339
16. 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>

Тема 2. Культурная политика: от организаций культуры к развитию креативной экономики

Лекция – 4 часа

Модели культурной политики. Роль государства в отношении производства и обеспечения доступности культурных благ. Формы реализации культурной политики, роль государственных структур и некоммерческих фондов. Переход от культурной политики (поддержки организаций культуры) к развитию креативной экономики. Опыт Великобритании, США, Австралии, Канады, стран Европы, Китая, России. Дебаты о роли ККИ в развитии территорий.

Семинар - 10 часов

Обсуждение кейсов, дискуссии по темам, презентации групповых проектов:

- Культурная политика в России: переход к новой парадигме развития и понимания роли творческих индустрий.
 - Опыт регионов в России в построении креативной экономики. Успешные практики регионов и городов и поиск стратегий.
- Выполнение промежуточных проектных работ.

Основная литература:

1. DiMaggio, Paul and Michael Useem (1978) 'Cultural Property and Public Policy: Emerging Tensions in Government Support for the Arts.' *Social Research* 45: 356-389
2. Scott, Allen (1996) 'The craft, Fashion, and Cultural Products Industries of Los Angeles: Competitive Dynamics and Policy Dilemmas in a Multi-Sectoral Image Producing Complex.' *Economic Development Quarterly* 7: 296-309
3. Garnham, Nicholas (1987) 'Concepts of Culture: Public Policy and the Cultural Industries.' *Cultural Studies* 1 (1) 23-37
4. Hesmondhalgh, David and Andy C. Pratt (2005) 'Cultural Industries and Cultural Policy' *International Journal of Cultural Policy* 11 (1): 1-13
5. Ahearne, Jeremy (2003) 'Cultural Policy in the Old Europe: France and Germany' *International Journal of Cultural Policy* 9 (2): 127-131
6. Power, Dominic (2003) 'The Nordic 'Cultural Industries': a Cross-National Assessment of the Place of the Cultural Industries in Denmark, Finland, Norway and Sweden' *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography* 85 (3): 167-180
7. Cunningham, Stuart (2002) 'From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry, and Policy Implications' *Media Information Australia (Incorporating Culture & Policy)* 102: 54-65
8. O'Connor, Justin and Gu Xin (2006) 'A New Modernity? The Arrival of 'Creative Industries' in China' *International Journal of Cultural Studies* 9: 271-283
9. Miller, Toby (2004) 'A View From a Fossil: the New Economy, Creativity and Consumption - Two or Three Things I Don't Believe in' *International Journal of Cultural Studies* 7 (1): 55-65
10. Galloway S., Dunlop S. A critique of definitions of the cultural and creative industries in public policy // *International journal of cultural policy*. – 2007. – Т. 13. – №. 1. – С. 17-31.

Дополнительная литература:



1. Креативные индустрии: учеб. Пособие / Е.В. Зеленцова, Е.Х. Мельвиль, М. В. Румянцев и др. – Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2011. – 252 с.
2. Абанкина Т. В. и др. Государственная поддержка культуры в России //Аудит. – 2016. – №. 2. – С. 408-415.
3. Абанкина Т. В. Пространство для будущего //Journal of European Social Policy. – 2016. – Т. 26. – №. 3. – С. 1-20.

Тема 3. Культурные и креативные индустрии в городском (территориальном) аспекте.

Лекция – 6 часов

Рассматриваются вопросы организации рынка творческих индустрий: роль крупных компаний, среднего и малого бизнеса, индивидуальных предпринимателей.

Социальное предпринимательство. Креативные предприниматели: идеи, инструменты, модели. Креативные кластеры и сетевые формы кооперации в сфере творческих индустрий.

Роль сообществ и индивидуальных предпринимателей в развитии творческих индустрий, организации общественных пространств и инициатив.

Семинар – 10 часов

Обсуждение кейсов, дискуссии по темам, презентации групповых проектов:

- создание проектов в сфере креативных и культурных индустрий:

- описание идеи и продукта;

- исследование потребителей

- тактика продаж

- снижение рисков

- гибкость и реалистичность запуска

- роль сообществ и индивидуальных предпринимателей в развитии творческих индустрий, организации общественных пространств и инициатив. Формы организации предпринимательской деятельности в сфере креативных и культурных индустрий.

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. 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.
3. Pratt, Andy C. (2004) 'The Cultural Economy: a Call for Spatialized 'Production of Culture' Perspectives.' International Journal of Cultural Studies 7 (1): 117-128
4. Scott, Allen J. (1999) 'The Cultural Economy: Geography and the Creative Field.' Media, Culture and Society 21: 807-817



5. Norcliffe, Glen and Olivero Rendace (2003) 'New Geographies of Comic Book Production in North America: the New Artisan, Distancing, and the Periodic Social Economy.' *Economic Geography* 79 (3): 241-263
6. Moeran, Brian (2005) 'The Art of Capitalizing,' in his *The Business of Ethnography*. Oxford: Berg, pp. 151-170

Тема 4. Навыки и профессии для развития креативных индустрий.

Лекция – 4 часа.

Рассматриваются знания, умения и навыки, востребованные для творческих предпринимателей и проектов. Оцениваются тенденции на рынке развития ТИ. Особенности труда в сфере ТИ (самозанятость, фриланс, проектный менеджмент).

Семинар – 10 часов.

Презентации и обсуждение групповых проектов:

- описать внутреннюю структуру и работы, а также поэтапность их развития (Операционный уровень, командная работа, оценка индивидуальной работы каждого студента в группе)

Основная литература:

1. Bilton C. *Management and creativity: From creative industries to creative management*. – Blackwell Publishing, 2007.
2. Banks M., Hesmondhalgh D. Looking for work in creative industries policy // *International journal of cultural policy*. – 2009. – Т. 15. – №. 4. – С. 415-430.
3. Wittel, Andreas (2004) 'Culture, Labour and Subjectivity: for a Political Economy From Below.', *Capital & Class* 28 (11): 11-30
4. De Peuter, Grei and Nick Dyer-Witherford (2005) 'A Playful Multitude? Mobilising and Counter-Mobilising Immaterial Game Labour.' *Fibreculture* 5, pp. 17
5. Miller, Toby and Marie Claire Leger (2001) 'Runway Production, Runway Consumption, Runway Citizenship: the New International Division of Cultural Labour.' *Emergence* 11 (1): 89-115
6. Pierre-Michel (1999) 'Artistic labor markets and careers.' *Annual Review of Sociology* 25: 541-574.
7. Skov, Lise (2002) 'Hong Kong Fashion Designers as Cultural Intermediaries: Out of Global Garment Production.' *Cultural Studies* 16 (4): 553-569

Дополнительные материалы можно найти на сайтах:

<http://www.bloomsbury.com/us/creative-industries-9781847887788/#sthash.CHoT6azS.dpuf>

<https://ccskills.org.uk/supporters/blog/how-does-the-creative-economy-work>

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:

- анализ кейсов по тематике курса;
- обсуждения на семинарах тематики заданий для самостоятельной работы и подготовки презентаций
- проведение коллективных дискуссий;
- выступления студентов с презентациями (до 10-15 минут) по итогам выполнения самостоятельной индивидуальной и групповой работы;
- выступление с презентацией итогового проекта в рамках итогового контроля.

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

Перечислена в описании тематического плана.

В качестве **домашнего задания** студент пишет эссе на тему «Креативные индустрии», используя не менее пяти источников, при этом 3 из них не должны быть указаны в списке литературы в этой программе. Студент индивидуально выполняет письменную работу объемом 7-10 тыс. знаков, на русском языке и загружает ее в LMS в установленный срок.

Кроме того, при написании эссе, студент должен продемонстрировать знание основных понятий по теме исследования (концепции), сформулировать собственную оригинальную точку зрения по проблематике исследования, дать аргументацию позиции на основе исследований и практического опыта компаний.

10.2 Экзамен

Итоговое задание:

Задание выполняет группа (10-15 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 майнора уровнях:

1. Быть потенциально хорошо масштабируемым до национального и/или глобального уровня экономики. (Стратегия, инвестиционная бизнес компонента - Тема 1)
2. Встраиваться в структуру имеющегося или перспективного развития государственной политики культурных индустрий (Социальная ответственность и GR - Тема 2)



3. Иметь четкий план развития с городского аспекта - конкретное детальное описание базиса запуска (Тактика, снижение рисков, death valley, гибкость и реалистичность запуска - Тема 3).
4. Описать внутреннюю структуру и работы, а также поэтапность их развития (Операционный уровень, командная работа, оценка индивидуальной работы каждого студента в группе - Тема 4)

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:

$$O_{накопленная} = 0,3 * O_{дз} + 0,4 * O_{ауд} + 0,3 * O_{сам. работа}, \text{ где}$$

$O_{дз}$ – оценка за домашнюю работу,

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

$O_{сам. работа}$ – оценка за самостоятельную работу.

Способ округления накопленной оценки текущего контроля – арифметический.

Результирующая оценка за дисциплину рассчитывается следующим образом:

$$O_{результ.} = 0,8 * O_{накопл.} + 0,2 * O_{экз.}$$

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

На пересдаче 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. Adorno, Theodor W. (1975) 'Culture Industry Reconsidered' New German Critique 6: 12-19
2. Hirsch, Paul M. (2000) 'Cultural Industries Revisited.' Organization Science 11 (3): 356-361
3. Bustamante, Enrique (2004) 'Cultural Industries in the Digital Age: Some Provisional Conclusions' Media, Culture & Society 26 (6): 803-820
4. Pratt, Andy C. (2004) 'The Cultural Economy: a Call for Spatialized 'Production of Culture' Perspectives.' International Journal of Cultural Studies 7 (1): 117-128
5. Scott, Allen J. (1999) 'The Cultural Economy: Geography and the Creative Field.' Media, Culture and Society 21: 807-817
6. Pierre-Michel (1999) 'Artistic labor markets and careers.' Annual Review of Sociology 25: 541-574.
7. 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.
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



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.