

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный институт культуры**

**УТВЕРЖДЕНО
Председатель УМС
факультета государственной
культурной политики
А.Ю. Единак**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
БИЗНЕС В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ**

Название и код направления подготовки
51.03.03 Социально-культурная деятельность
Профиль подготовки Менеджмент креативных индустрий
Уровень квалификации бакалавр
Форма обучения очная, заочная

*(РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов)*

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины подготовить обучающихся к своей будущей профессиональной деятельности, выработать необходимые знания и умения разработки бизнес-планов для организаций в креативных индустриях, направленными на совершенствование теоретических знаний и практических навыков планирования финансовой, хозяйственной и в креативных индустриях инновационных типов учреждений культуры и работы с использованием нормативно-правовой документации.

В задачи учебной дисциплины входит: научить осуществить разработку бизнес-проектов и программ в сфере креативных индустрий; развить способности к прогностической и проектной деятельности в профессиональной сфере, моделированию инновационных социально-культурных процессов и явлений.

В современных условиях, когда учреждения в креативных индустриях осуществляют коммерческую деятельность, важное значение приобретает планирование. Одним из видов планирования, которое все шире применяется при планировании коммерческой деятельности организаций, является бизнес-планирование. Бизнес-план отражает все стороны деятельности организации в креативных индустриях. В нем анализируются проблемы, с которыми организация может столкнуться в планируемый период, разрабатываются пути и способы их решения, указываются не только сильные стороны в деятельности организации, но и недостатки, над устранением которых надо работать. Именно бизнес-план предполагает тщательное изучение перспектив развития потенциального рынка услуг, оценку необходимых затрат от реализации услуг, а также соотношение их с предполагаемыми ценами реализации.

Бизнес-план – объективная оценка собственной предпринимательской деятельности организации в креативных индустриях и в то же время необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка и сложившейся ситуации. В нем описываются основные аспекты будущей коммерческой деятельности, анализируются проблемы, с которыми столкнется организация в креативных индустриях, и определяются способы решения этих проблем. Важно, чтобы студенты в ходе обучения приобрели необходимые знания и практические навыки в области анализа управленческой, финансовой, хозяйственной и других видов деятельности, развили экономическое мышление.

Итогом учебной деятельности студентов станет разработка ими проектов бизнес-планов, которые они должны будут подготовить под руководством преподавателя и защитить его перед группой.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору по направлению подготовки «51.03.03 Социально-культурная деятельность» по профилю «Менеджмент креативных индустрий». Изучается в 4 семестре у студентов очной формы обучения и в 5,6 семестрах заочной формы обучения.

Взаимодействует с дисциплинами: «Менеджмент креативных индустрий», «Организационное обеспечение креативных индустрий», «Маркетинг», «Финансирование культурных проектов», «Маркетинг творческого стартапа». Продолжение дисциплины реализуется в:

- Технологическая практика;
- Преддипломная практика;
- Государственный экзамен;
- Защита ВКР.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций в соответствии ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки «51.03.03 Социально-культурная деятельность»:

ПК-7 - Быть готовым использовать теорию и методологию психологии управления, реализовывать авторскую разработку бизнес-проектов и творческих программ в сфере креативных индустрий

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
<p>ПК-7. Бизнес в сфере креативных индустрий</p> <p>Быть готовым использовать теорию и методологию психологии управления, реализовывать авторскую разработку бизнес-проектов и творческих программ в сфере креативных индустрий</p>	<p>ПК-7.1. Демонстрирует способность к прогностической и проектной деятельности в сфере креативных индустрий</p> <p>ПК-7.2. Формирует навыки привлечения финансовых источников на производство и реализацию творческих проектов (фандрайзинг, краудфандинг)</p> <p>ПК-7.3. Решает задачи повышения эффективности процессов организационной и технологической модернизации новых методик по организации и руководству в сфере креативных индустрий с использованием современных информационных и цифровых систем</p> <p>ПК-7.4. Организовывает многостороннюю коммуникацию и управляет ею для решения конкретных целей и задач бизнеса; управляет работой команды, определяет стратегию ее деятельности, мотивирует команду для ее исполнения</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - понятия «бизнес», «бизнес-план», «бизнес-модель» и процесса бизнесмоделирования в сфере культуры; - основы теории и методологии психологии управления - о специфике бизнеса творческих индустрий, их экономике и месте в структуре рыночной экономики; - принципы и методы позиционирования проектов креативных индустрий; - теоретических положениях ученых и практиков, исследователей, на которых основывается создаваемая авторская разработка; - основы бизнес-коммуникаций; правовые и этические нормы в профессиональной и социальной коммуникации <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - разработать стратегию развития, и обоснованный и реализуемый бизнес-план творческого проекта; - применять полученные знания и навыки в будущей профессиональной деятельности; - анализировать состояние рынка креативных индустрий; - планировать финансово-экономическое и ресурсное обеспечение творческо-производственного процесса; - использовать все возможные способы привлечения капита-

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		<p>ла на развитие и масштабирование стартапа;</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовать работу команды, определить стратегию ее деятельности; - организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации; - обосновывать типологию потребительский свойств и качества обслуживания в сфере креативных индустрий <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - технологиями реализации на практике взаимодействия с учреждениями сферы креативных индустрий, общественными организациями и объединениями; - основами бизнес-коммуникации и нетворкинга; - психологическими методами управления; - навыками привлечения финансовых источников на производство и реализацию творческих проектов; - опытом продвижения и реализации социально-культурных проектов; - навыками установления тенденций спроса творческих проектов; - навыками формирования номенклатуры показателей конкурентоспособности продуктов и организаций креативных индустрий

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины

Объем (общая трудоемкость) дисциплины «Бизнес в сфере креативных индустрий» составляет 108 часов, 3 зачетных единиц, форма контроля – зачет с оценкой.

- для очной формы обучения

Виды учебной деятельности	Всего	Семестры
Контактная работа обучающихся	58	4 семестр
в том числе:		
Занятия лекционного типа	34	34
Занятия семинарского типа	16	16
ИКР	8	8
Самостоятельная работа	50	50
Форма промежуточной аттестации		Контрольная работа, Зачет с оценкой
Общая трудоемкость 108 часов, 3 зачетных единиц		

- для заочной формы обучения

Виды учебной деятельности	Всего	Семестры	
Контактная работа обучающихся	24	5	6
		12	12
в том числе:			
Занятия лекционного типа	16	8	8
Занятия семинарского типа	8	4	4
Практические занятия			
ИКР			
Контроль			
Самостоятельная работа	80	42	38
Форма промежуточной аттестации			Зачет с оценкой 4 часа - контроль
Общая трудоемкость 108 часов, 3 зачетных единиц			

4.2. Структура дисциплины

4.2.1. Структура дисциплины для очной формы обучения

№ п/п	Тема/Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы*, включая самостоятельную работу студентов и трудо- емкость (в часах)/ с указа- нием занятий, проводимых в интерактивных формах				Формы текущего контроля успева- емости (по неде- лям семестра) Форма промежу- точной аттеста- ции (по семест- рам)
			Лекции	Семинары	ИКР	СРС	
1	<u>Тема 1.</u> Введение. Бизнес- план и его роль в управлении органи- зацией в креатив- ных индустриях	4	2			3	Конспект
2	<u>Тема 2.</u> Технологии разра- ботки и реализации бизнес-плана.	4	4	1		3	Дискуссия
3	<u>Тема 3.</u> Анализ рынка в креативных инду- стриях	4	4	1		3	Дискуссия
4	<u>Тема 4.</u> Организация бизнес- планирования в креативных инду- стриях в рыночных условиях	4	2		2	3	Конспект
5	<u>Тема 5.</u> Анализ и планиро- вание финансовой деятельности в кре- ативных индустриях	4	2	2		4	Дискуссия
6	<u>Тема 6.</u> Бизнес- планирование как элемент социально- культурной и эконо- мической полити- ки в креативных индустриях	4	4			3	Конспект
7	<u>Тема 7.</u> Маркетинговая про- грамма бизнес-плана	4	2	2	2	3	презентация на основе совре- менных мультимедийных средств

8	<u>Тема 8.</u> Бизнес-проект как инновационный замысел	4	4			3	<i>Конспект</i>
9	<u>Тема 9.</u> Оценка инвестиционного проекта	4	2	1		3	<i>Дискуссия</i>
10	<u>Тема 10.</u> Риски и страхование	4	2			3	<i>Конспект</i>
11	<u>Тема 11.</u> Анализ конкурентных преимуществ в креативных индустриях	4	2	2	2	3	Контрольная работа - презентация на основе современных мультимедийных средств
12	<u>Тема 12.</u> Эффективность бизнес-плана	4	2			3	<i>Конспект</i>
13	<u>Тема 13.</u> Стратегия развития организации в креативных индустриях	4	4	1		3	<i>Дискуссия</i>
14	Защита авторского бизнес-плана	4		6	2	10	защита проектов бизнес-планов проводится публично перед учебной группой студентов в виде видеопрезентации
	<u>Зачет с оценкой</u>	3					<i>Контрольные вопросы/тест</i>
	<u>итого:</u>		34	16	8	50	

4.2.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения

№ п/п	Тема/Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы*, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)/ с указа- нием занятий, проводимых в интер- активных формах				Формы текущего кон- троля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семест- рам)
			Лекции	Семинары	ИКР	СРС	
1	<u>Тема 1.</u> Введение. Бизнес- план и его роль в управлении в креа- тивных индустриях	5	1			4	<i>Конспект</i>
2	<u>Тема 2.</u> Технологии разра- ботки и реализации бизнес-плана.	5	1	1		6	<i>Дискуссия</i>
3	<u>Тема 3.</u> Анализ рынка в креативных индус- триях	5	1	1		6	<i>Дискуссия Реферат</i>
4	<u>Тема 4.</u> Организация биз- нес-планирования в креативных индус- триях в рыночных условиях	5	1			6	<i>Конспект</i>
5	<u>Тема 5.</u> Анализ и планиро- вание финансовой деятельности орга- низации в креатив- ных индустриях	5	1	1		8	<i>Дискуссия</i>
6	<u>Тема 6.</u> Бизнес- планирование как элемент социально- культурной и эконо- мической поли- тики в креативных индустриях	5	1			4	<i>Конспект</i>
7	<u>Тема 7.</u> Маркетинговая про- грамма бизнес-плана	5	2	1		8	<i>Дискуссия презентация на ос- нове современных мультимедийных средств</i>
6 семестр							
8	<u>Тема 8.</u>	6	2			8	<i>Конспект</i>

	Бизнес-проект как инновационный замысел						
9	<u>Тема 9.</u> Оценка инвестиционного проекта	6	1	1		4	<i>Дискуссия</i>
10	<u>Тема 10.</u> Риски и страхование	6	1			4	<i>Конспект</i>
11	<u>Тема 11.</u> Анализ конкурентных преимуществ в креативных индустриях	6	1			4	Контрольная работа - презентация на основе современных мультимедийных средств
12	<u>Тема 12.</u> Эффективность бизнес-плана	6	1			4	<i>Конспект</i>
13	<u>Тема 13.</u> Стратегия развития организации в креативных индустриях	6	2	1		4	<i>Дискуссия</i>
14	Защита авторского бизнес-плана	6		2		10	защита проектов бизнес-планов проводится публично перед учебной группой студентов в виде видеопрезентации
	<u>Зачет с оценкой</u>	6					<i>Контрольные вопросы/тест</i>
	<u>итого:</u>		16	8		80	<i>4 часа - контроль</i>

Виды учебной работы указываются в соответствии с утвержденным учебным планом.

Методическая модель учебного процесса

Методика проведения занятий основана на использовании активных форм, позволяющих сделать каждого из слушателей участником обсуждаемых вопросов и проблем. Особое внимание при изучении курса обращено на активную самостоятельную работу обучающихся, как при подготовке, так и в процессе проведения теоретических и практических занятий.

Изложение материала сопровождается видео- иллюстрацией на практических примерах.

Методическое обеспечение учебного процесса включает раздаточный материал для каждого слушателя по всем темам программы дисциплины, позволяющий использовать его в практике при разработке культурных проектов и программ.

Формы проведения занятий:

- лекции,
- семинары, разработка и защита проектов,
- анализ конкретных ситуаций (case-studies),
- индивидуальные консультации,
- самостоятельная аналитическая работа.

4.3. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Введение. Бизнес-план и его роль в управлении организацией в креативных индустриях

Цели и задачи курса. Содержание и структура курса. Основные понятия. Рекомендуемая литература. Требования к зачету и самостоятельной работе студентов.

Понятие бизнес-плана. Назначение бизнес-плана. Признаки бизнес-проекта. Виды бизнес-плана. Функции бизнес-плана. Особенности бизнес-планирования в креативных индустриях.

Классификация бизнес-планов: экономические, социальные, технические, организационные, смешанные проекты. Классификация бизнес-планов по классу, по масштабу, по длительности, по сложности.

Содержание и структура бизнес-плана. Основные разделы бизнес-плана, их характеристика.

Тема 2 Технологии разработки и реализации бизнес-плана

Порядок разработки бизнес-плана. Предварительные работы. Разработка сметы. Методы разработки сметы. Смета продаж. Смета производства. Смета прямых материальных затрат. Смета расходов на оплату труда. Смета накладных расходов. Смета себестоимости реализованной продукции и услуг организации в креативных индустриях. Смета текущих (периодических) расходов. Смета прибылей и убытков. Стоимость инвестиционных ресурсов.

Типичные ошибки в бизнес-планировании. Программные средства разработки бизнес-планов.

Тема 3 Анализ рынка в креативных индустриях

Классификация рынков. Характерные черты основных моделей рынка.

Характеристика рынка в креативных индустриях. Анализ охвата рынка. Анализ рынка сбыта.

Разработка рыночной стратегии. Основные показатели рынка и объема продаж. Конъюнктура рынка в креативных индустриях. Показатели, характеризующие конъюнктуру. Анализ внешних условий рынка в креативных индустриях. Потребители как предмет анализа. Анализ товаров и услуг в креативных индустриях. Анализ сильных и слабых сторон товаров и услуг в креативных индустриях. Анализ ценовой политики в креативных индустриях. Анализ конкуренции и конкурентов. Анализ процесса реализации услуг в креативных индустриях. Анализ продвижения товаров и услуг в креативных индустриях.

Тема 4 Организация бизнес-планирования в креативных индустриях в рыночных условиях

Миссия организации культуры. Разработка миссии организации культуры. Определение целей организации культуры. Классификация целей организации культуры. Анализ экономического положения организации культуры в рыночных условиях. Анализ конкурентных сил. Оценка силы (слабости) конкурентных позиций организации в креативных индустриях.

Тема 5 Анализ и планирование финансовой деятельности организации в креативных индустриях

Общие требования к анализу финансовой деятельности организации в креативных индустриях. Основные направления финансового анализа в организации в креативных индустриях. Необходимая информация для анализа.

Компоненты эффективного анализа. Финансовые показатели. Анализ финансового состояния организации в креативных индустриях. Критерии анализа финансовой устойчивости организации в креативных индустриях. Коэффициенты финансовой устойчивости организации в креативных индустриях.

Анализ ликвидности баланса. Обобщающие показатели оценки финансового состояния организации в креативных индустриях. Активы и пассивы, участвующие в расчетах.

Анализ рентабельности услуг и деловой активности организации в креативных индустриях. Финансы и планирование. Прогнозирование доходов от реализации товаров и услуг в креативных индустриях.

Планирование финансовых результатов деятельности организации в креативных индустриях. Планирование движения денежных средств.

Тема 6 Бизнес-планирование как элемент социально-культурной и экономической политики в креативных индустриях

Необходимость планирования бизнеса. Временной аспект планирования. Виды планов. Функциональные планы. Единовременные планы (программные и проектные). Статические планы. Стратегическое планирование. Планирование как средство реализации принципов стратегии развития организации в креативных индустриях. Анализ стратегических альтернатив. Тактическое планирование. Ситуационное планирование. Сетевые графики. Планирование регулирования цен. Оценка планов. Критерии оценки. Особенности бизнес-планирования в России и за рубежом. Причины ограниченного применения бизнес-планирования в креативных индустриях.

Тема 7 Маркетинговая программа бизнес-плана

Значение разработки маркетинговых программ. Стратегия продаж. Методы и техника продаж. Ценообразование на товары и услуги в креативных индустриях. Продвижение товаров и услуг: реклама, промоушн, паблик рилейшнз, техника обретения известности, доверия, связей. Политика обслуживания. Гарантии. Методы проверки.

Тема 8 Бизнес-проект как инновационный замысел

Перспективная бизнес-идея – интеллектуальная основа делового проекта. Жизненный цикл бизнес-плана и его влияние на деловую активность организации в креативных индустриях. Цели создания собственного бизнеса. Разработка стратегии бизнес-проектов. Бизнес-план – основная составляющая делового проекта. Внутренние и внешние функции бизнес-плана организации в креативных индустриях.

Источники инвестиций. Разработка инвестиционной стратегии организации в креативных индустриях.

Тема 9 Оценка инвестиционного проекта

Цели и этапы процесса оценки инвестиционных проектов в креативных индустриях. Структура раздела «Оценка инвестиционного проекта» в бизнес-плане. Методика оценки эффективности инвестиционных проектов и их отбора для финансирования.

Организационный план реализации инвестиционной программы.

Тема 10 Риски и страхование

Понятие риск. Особенности рисков услуг. Виды рисков. Риск исполнителя. Финансовый риск. Физический риск. Психологический риск. Социальный риск. Потеря времени. Способы уменьшения рисков. Страхование как способ уменьшения риска. Обоснованность риска. Роль юристов в бизнесе.

Тема 11 Анализ конкурентных преимуществ организации в креативных индустриях

Достижение конкурентоспособности организации в креативных индустриях как стратегическая цель. Анализ факторов эффективности нововведений в организациях в креативных индустриях. Факторы успеха организаций в креативных индустриях.

Анализ факторов конкурентных преимуществ организации в креативных индустриях. Этапы анализа конкурентных преимуществ организации в креативных индустриях. Конкуренция в отраслях в креативных индустриях. Анализ привлекательности отраслей в креативных индустриях. Анализ конкурентоспособности услуг в креативных индустриях.

Тема 12 Эффективность бизнес-плана

Понятие эффективность бизнес-плана. Виды эффективности. Региональная эффективность. Отраслевая эффективность. Эффективность участия в проекте отдельных орга-

низаций в креативных индустриях. Бюджетная эффективность. Коммерческая эффективность. Социальная эффективность.

Система показателей эффективности инвестиций. Общие требования к показателям эффективности инвестиционных проектов в креативных индустриях.

Тема 13 Стратегия развития организации в креативных индустриях

Факторы, влияющие на стратегию организации в креативных индустриях. Определение текущей стратегии организации. Оценка перспектив развития организации в креативных индустриях. Анализ стратегического соответствия. Ранжирование хозяйственных подразделений по приоритетности финансирования. Разработка стратегии развития организации. Перспективные направления развития организаций в креативных индустриях. Реализация стратегии развития организации в креативных индустриях.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины используются разнообразные образовательные технологии как традиционного, так и инновационного характера, учитывающие смешанный, теоретический и практико-ориентированный характер дисциплины:

- лекции;
- практические занятия;
- дискуссии;
- выступления с докладами и сообщениями;
- аудиторные контрольные работы;

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1	Тема 1 Введение. Бизнес-план и его роль в управлении в креативных индустриях	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
2	Тема 2 Технологии разработки и реализации бизнес-плана	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Практическое занятие	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Семинар	Технология проблемного обучения, технология коллективно творческих дел
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
3	Тема 3 Анализ рынка в креативных индустриях	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Семинар	Технология проблемного обучения, технология коллективно творческих дел
		Самостоятельная	Сетевая информационная

		работа	технология
4	Тема 4 Организация бизнес-планирования в креативных индустриях в рыночных условиях	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
5	Тема 5 Анализ и планирование финансовой деятельности в креативных индустриях	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Практическое занятие	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Семинар	Технология проблемного обучения, технология коллективно творческих дел
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
6	Тема 6 Бизнес-планирование как элемент социально-культурной и экономической политики в креативных индустриях	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
7	Тема 7 Маркетинговая программа бизнес-плана	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Практическое занятие	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Семинар	Технология проблемного обучения, технология коллективно творческих дел
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
8	Тема 8 Бизнес-проект как инновационный замысел	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
9	Тема 9 Оценка инвестиционного проекта	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Семинар	Технология проблемного обучения, технология кол-

			лективно творческих дел
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
10	Тема 10 Риски и страхование	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
		Практическое занятие	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
11	Тема 11 Анализ конкурентных преимуществ организации в креативных индустриях	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Практическое занятие	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Семинар	Технология проблемного обучения, технология коллективно творческих дел
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
12	Тема 12 Эффективность бизнес-плана	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
13	Тема 13 Стратегия развития организации в креативных индустриях	Лекция	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Семинар	Технология проблемного обучения, технология коллективно творческих дел
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
14	Защита авторского бизнес-плана	Практическое занятие	Информационно-коммуникационная технология, мультимедийные технологии
		Самостоятельная работа	Сетевая информационная технология
	<u>Контрольные вопросы/тест</u>		

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль выполнения заданий осуществляется регулярно, начиная с первой недели семестра. Текущий контроль освоения отдельных разделов дисциплины осуществляется при помощи оценки участия студентов в дискуссиях, написания рефератов, конспектов, создания презентаций. Система текущего контроля успеваемости служит не только оценке уровня компетентностной подготовки обучающегося и способствует в дальнейшем наиболее качественному и объективному оцениванию его в ходе промежуточной аттестации, но и самооценке обучающегося, стимулируя его усилия.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

6.1. Система оценивания

Форма контроля	Компетенция	Оценка
Текущий контроль: - дискуссия (темы 3,5,7,9,13) - презентация (темы 7,11,14) - конспект (темы 1,4,6,8,10,12) Тестирование	ПК-7	отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно
	ПК-7	отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно
	ПК-7	отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно
Промежуточная аттестация экзамен	ПК-7	отлично, хорошо, удовлетворительно/неудовлетворительно

6.2. Критерии оценки результатов по дисциплине

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
«отлично»	<p>Выставляется обучающемуся, если компетенции, закрепленные за дисциплиной, сформированы (по результатам обучения в формате знать-уметь-владеть) в полном объеме на уровне «высокий», и студент демонстрирует как результат обучения следующие знания, умения и навыки: студент глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, продемонстрировал это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Студент исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет сочетать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
«хорошо»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Студент правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «хороший».</p>
«удовлетворительно»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Студент испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «достаточный».</p>
«неудовлетворительно»	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Студент испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

6.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Темы заданий для проведения текущего контроля:

6.3.1. Темы дискуссий на практических занятиях:

По теме 2 «Технологии разработки и реализации бизнес-плана»

Обсуждение содержания бизнес-плана должно включать следующие разделы:

1. Общий раздел (резюме)
2. Описание организации
3. Описание отрасли
4. Описание продукции (работ, услуг)
5. Описание рынка
6. Описание производства
7. Управление организацией
8. Финансовый план
9. Прогноз финансовой и инвестиционной эффективности
10. Анализ чувствительности

В конце бизнес-плана должны быть приложения.

По теме 3 «Анализ рынка в креативных индустриях»

Дискуссия об основных направлениях анализа рынка культурных услуг, которые включают:

- характеристику региона, в котором организация в креативных индустриях планирует свои услуги;
- анализ основных конкурентов, которые оказывают потребителям аналогичные услуги, производят такую же продукцию в том же регионе;
- анализ конкурентоспособности, преимуществ проектируемых услуг;
- анализ основных потребителей культурных услуг;
- оценку реального и потенциального объема сбыта в начальный период и на перспективу;
- прогноз цен и схемы платежей.

Кроме того, рекомендуется показать потенциальному инвестору те мероприятия, которые планируется провести для продвижения услуг и продукции на рынок:

- реклама услуг и каналы ее доставки до потенциальных потребителей, объем рекламной деятельности организации;
- методы стимулирования реализации услуг и др.

По теме 5 «Анализ и планирование финансовой деятельности в креативных индустриях»

Ознакомление с финансовым планом должно показать потенциальному инвестору, на какую прибыль он может рассчитывать и какова способность заемщика обслуживать долг.

Обсуждение основных документов финансового плана и их структуры, принятые в международной и отечественной практике:

1. План (прогноз) прибылей и убытков;
2. План (прогноз) движения денежных средств;
3. План (прогноз) балансов.

По теме 7. Маркетинговая программа бизнес-плана

Используя модель Канвас обсуждение разработки и анализа маркетингового плана конкретного творческого проекта.

По теме 9 «Оценка инвестиционного проекта»

Обсуждение характеристики проектируемого технологического процесса в креативных индустриях, которая дается в бизнес-плане:

- излагается суть технологических аспектов инвестиционного мероприятия, технологическая схема производственного процесса;
- перечисляются требования, необходимые для реализации проекта;
- приводится перечень и характеристики оборудования, которое необходимо закупить для достижения поставленных задач;
- поясняется, каким образом новое оборудование будет размещено на имеющихся площадях;
- рассчитываются потребности в основных материалах;

- рассчитываются потребности в необходимых ресурсах (электроэнергия, тепло, вода);
- определяется численность персонала с указанием квалификационных характеристик.
- определяется себестоимость производства и затрат на реализацию услуг.

По теме 13. Стратегия развития организации креативных индустрий Проведение деловой игры «Выбор стратегии предпринимательской деятельности в условиях риска». Разработать цели, стратегию учебного проекта. Разработать проект «План инвестиционных мероприятий».

6.3.2. Темы конспектов:

А) по теме 1 Введение. Бизнес-план и его роль в управлении организацией в креативных индустриях: Литература: Чижигов В.М., Чижигов В.В. Теория и практика социокультурного менеджмента: учебник. - М.: МГУКИ, 2008, 607 с., С.240-242.

Б) по теме 4 Организация в креативных индустриях в рыночных условиях: Литература: Северова Л.А. Применение комплекса маркетинговых действий в менеджменте в креативных индустриях // Созидательная миссия культуры: Сб. науч. статей. - М.: МГУКИ, 2008. - С. 69-73.

В) по теме 6 Бизнес-планирование как элемент социально-культурной и экономической политики в креативных индустриях: Литература: Романова М.В. Бизнес-планирование: учеб. пособие / М.В. Романова. — Москва: ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. — 240 с., С.-5-15.

Г) по теме 8 Бизнес-проект как инновационный замысел. Литература: Бизнес-планирование: Учебник / Под ред. проф. Т. Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 296 с., С.236-250.

Д) по теме 10. Риски и страхование. Литература: Чижигов В.М., Чижигов В.В. Теория и практика социокультурного менеджмента: учебник. - М.: МГУКИ, 2008, 607 с., С.240-242., С. 243-248.

Е) по теме 12. Эффективность бизнес-плана. Чижигов В.М., Чижигов В.В. Теория и практика социокультурного менеджмента: учебник. - М.: МГУКИ, 2008, 607 с., С.240-242., С. 241-243.

6.3.3. Темы рефератов для заочной формы обучения (2 семестр)

1. Сущность бизнес-плана, его цели и задачи
2. Характеристики процесса бизнес-планирования
3. Роль и значение бизнес-планирования для малого и среднего бизнеса
4. Методы планирования и прогнозирования
5. Информационное обеспечение планирования
6. Плановые показатели, нормы и нормативы
7. Понятие бизнес-идеи
8. Источники и методы выработки бизнес-идей
9. Содержание бизнес-идеи и способы ее представления
10. Презентация бизнес-идеи
11. Сущность и значение бизнес-модели
12. Структура бизнес-модели и критерии ее оценки

Библиографический список

1. Бизнес-планирование: учеб. пособие / М.В. Романова. — М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2018. — 240 с. 14 <https://znanium.com/catalog/product/945954>
2. Бизнес-планирование: учеб. пособие / В.А. Баринов. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017. — 272 с.
3. Бизнес-планирование: Учебник / Под ред. проф. Т.Г. Попадюк, проф. В.Я.

Горфинкеля - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 296 с.

4. Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 гг. [Электронный документ] – Режим доступа – URL:http://www.culture22.ru/files/uni_catalog_documents_elem/programma_razviti_e_kultury_i_turizma_2013-2020_chast1.pdf

5. Единый портал бюджетной системы Российской Федерации Электронный ресурс – Режим доступа – URL:: <http://budget.gov.ru/>

6. Загряжский А., Пухальская А., Филиппова А. и др. Креативные индустрии: потенциал Санкт-Петербурга и опыт других городов (Берлин, Москва, Лондон) // Аналитические материалы CalvetForum, – 2014.

7. Лавриненко А.С. Государственная поддержка творческих индустрий в Москве // Креативная экономика. 2015. Том 9. № 8. С. 927-946.

8. Официальный портал государственных программ Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL:<http://programs.gov.ru/>(дата обращения: 26.01.2016).

9. Проект Основных направлений бюджетной политики на 2016 год и на плановый период 2017 и 2018 годов [Электронный документ] – Режим доступа – URL: http://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=6471317

10. Сотникова А.С. Анализ динамики развития сферы культуры Российской Федерации / А. С. Сотникова // Вестник Российской академии естественных наук. 2014. №4. С. 139-142

11. Стрельцова М.А. Развитие экономических форм производства культурных благ в современной экономике: дис. канд. экон. наук. Кузбасский гос. тех. университет, Кемерово, 2002. – 166 с.

Критерии оценки реферата

Оценка за реферат, выставляется по системе:

«отлично» – выполнены все требования к написанию: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к оформлению;

«хорошо» – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты; в частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении.

«удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата.

«неудовлетворительно» – реферат выпускником не представлен; тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

6.3.4. Темы презентаций:

Практические занятия

Темы практических работ распределяются преподавателем. При индивидуальной работе каждый студент получает свое задание, которое он выполняет независимо от других, поэтому индивидуальная форма организации познавательной деятельности предполагает высокий уровень активности и самостоятельности студента.

Учитывая, что индивидуальная форма организации учебного труда наиболее полно раскрывает индивидуальные особенности и возможности обучающихся, преподаватель, используя методику индивидуализированных заданий, определяет темы работы в соответствии с индивидуальными возможностями обучающихся.

Темы практических работ связаны с:

по теме 7. Маркетинговая программа бизнес-плана

Подготовка презентации «SWOT-анализ творческого проекта».

1. Составить список слабых и сильных сторон организации, а также угроз и возможностей внешней среды, который оформляется в виде матрицы.

2. Установить связи между ними путем рассмотрения всех возможных парных комбинаций и выделить те, которые должны быть учтены при разработке стратегии поведения организации. 3. Оценка возможностей и угроз.

по теме 11 **Анализ конкурентных преимуществ организации в креативных индустриях** Контрольная работа: ***Подготовка презентации*** Презентация идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности.

Критерии оценки контрольной работы

Студент получает оценку «отлично», если в работе присутствуют все структурные элементы, вопросы раскрыты полно, изложение материала логично, выводы аргументированы, использована актуальная литература, работа правильно оформлена.

Оценка «хорошо» ставится, если в работе есть 2-3 незначительные ошибки, изложенный материал не противоречит выводам, в списке источников достаточное количество позиций, нет грубых ошибок в оформлении.

Работа оценивается «удовлетворительно», если один из вопросов раскрыт не полностью, присутствуют логические и фактические ошибки, плохо прослеживается связь между ответом и выводами, в списке литературы много устаревших источников, допущены существенные ошибки в оформлении.

Оценку «неудовлетворительно» студент получит, если количество ошибок превышает допустимую норму, в работе отсутствуют выводы или не хватает других структурных элементов, в списке литературы недостаточно источников, работа оформлена не по требованиям.

по теме 14 **Дисциплина завершается защитой целостного авторского бизнес-плана**

Подготовка презентации конкретного творческого проекта.

Деловая игра «Мой бизнес-план» Оформление бизнес-плана, презентации инвестиционного предложения

Защита бизнес-плана проводится в виде устной защиты проекта перед слушателями с мультимедийной презентацией.

Форма и содержание защиты проекта должны предусматривать наличие всех компонентов, которые оценивают преподаватели и слушатели:

- Актуальность и значимость темы, цель и задачи проекта, проведенное внутри него исследование, выводы, на *которых основано* создание проектного продукта, варианта решения проблемы.

- Полнота раскрытия темы.
- Оригинальность решения проблемы.
- Ценность и новизна полученного проектного продукта.
- Самостоятельность работы над проектом.
- Научность, артистизм, убедительность и выразительность выступления.
- Раскрытие содержания проекта на презентации.
- Использование средств наглядности, технических средств.
- Ответы на вопросы.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕСТ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (зачет с оценкой)

Тест проводится в электронной среде вуза, открывается в определенное в расписании время зачета. Время выполнения – 40 минут, ограничение – 1 попытка.

№	Компетенция (часть компетенции)	Вопрос	Варианты ответов
1	ПК-7. Бизнес в сфере креативных индустрий Быть готовым использовать теорию и методологию психологии управления, реализовывать авторскую разработку бизнес-проектов и творческих программ в сфере креативных индустрий	Организационный план содержит сведения:	а) о статусе предприятия; б) оценке эффективности проекта; в) о распределении обязанностей между членами руководящего состава; г) о сроках.
2		Вложение средств с целью получения дохода или увеличения своего капитала — это..	а) инвестиции; б) лизинг; в) франшиза.
3		Бизнес-план имеет следующие два направления:	а) долгосрочное и краткосрочное б) стратегическое и тактическое. в) техническое и экономическое г) внутреннее и внешнее
4		Что такое процесс бизнес-планирования?	а) выбор направления развития предприятия б) описание всех вариантов развития предприятия в) последовательное изложение системы реализации проекта г) все перечисленное верно
5		Метод, основанный на выработке решений, на основе совместного обслуживания проблемы экспертами называется:	а) «мозговой штурм» б) метод Дельфи в) системный анализ. г) экстраполяция
6		Инвестиции могут осуществляться в форме	а) денежных средств; б) зданий, сооружений, машин, оборудования и другого имущества; в) информационной поддержки нематериальных активов, оцениваемых денежным эквивалентом
7		Риск - это:	а) нижний уровень доходности инвестиционных затрат б) обобщающий термин для группы рисков, возникающих на разных этапах кру-

			<p>гооборота капитала в результате действий конкурентов.</p> <p>в) вероятность возникновения условий, приводящим к негативным последствиям неполнота и неточность информации об условиях деятельности предприятия, реализации проекта</p> <p>г) процесс выравнивания монетарным путем напряженности, возникшей в какой-либо социально-экономической среде</p>
8		<p>1. Резюме бизнес-плана включает сведения:</p> <p>2.</p>	<p>а) о форме собственности предприятия;</p> <p>б) цели проекта;</p> <p>в) производственном плане;</p> <p>г) плане маркетинга.</p>
9		<p>3. Производственный план включает:</p> <p>4.</p>	<p>а) программу производства продукции;</p> <p>б) программу стимулирования продаж продукции;</p> <p>в) условия поставки готовой продукции.</p>
10		<p>5. План маркетинга включает:</p>	<p>а) программу производства продукции;</p> <p>б) программу стимулирования продаж продукции;</p> <p>в) условия поставки готовой продукции.</p>
11		<p>6. Финансовый план содержит:</p>	<p>а) план затрат на реализацию проекта;</p> <p>б) оценку эффективности проекта;</p> <p>в) обоснование цены на продукцию.</p>
12		<p>Сегментация рынка социокультурных товаров и услуг может осуществляться по тем же признакам, что и сегментация рынка промышленных товаров и услуг:</p>	<p>а) может осуществляться по тем же признакам;</p> <p>б) может осуществляться только по своим признакам;</p> <p>в) могут использоваться отдельные аналогичные признаки;</p> <p>г) аналогичные признаки не используются совсем;</p> <p>д) все ответы верны;</p> <p>е) правильного ответа нет.</p>
13		<p>Инновационные бизнес-проекты классифицируются следующим обра-</p>	<p>а) социальные, организационные, коммерческие</p> <p>б) технические, коммерче-</p>

		зом:	ские, социальные в) экономические, социальные, организационные г) нет верного варианта
14		В чем состоит основная цель разработки инвестиционного проекта	а) выбор оптимального варианта технического перевооружения предприятия б) обоснование технической возможности и целесообразности создания объекта предпринимательской деятельности в) получение прибыли при вложении капитала в объект предпринимательской деятельности г) проведение финансового оздоровления
15		Назначение бизнес-плана состоит в следующем:	а) изучить перспективы развития будущего рынка сбыта б) обнаружить возможные опасности; в) определить критерии и показатели оценки бизнеса г) оценить затраты для изготовления и сбыта продукции д) верны все варианты

Контрольные вопросы

1. В чем заключается значение и сущность бизнес-планирования в креативных индустриях?
2. Назовите особенности бизнес-планирования в креативных индустриях.
3. Назовите этапы разработки бизнес-плана и раскройте их содержание
4. В чем заключаются цели и задачи бизнес-планирования?
5. Охарактеризуйте содержание и структуру бизнес-плана
6. Что вы можете сказать о существующем опыте бизнес-планирования в креативных индустриях?
7. Как проводится анализ рынка культурных услуг?
8. Дайте характеристику целевых рынков организаций в креативных индустриях
9. Какие группы потребителей культурных услуг целесообразно выделить при бизнес-планировании?
10. Как учитывается при бизнес-планировании конкурентная среда в креативных индустриях?
11. В чем Вы видите конкурентные преимущества организации в креативных индустриях?
12. Как в бизнес-плане отражается маркетинговая деятельность организации в креативных индустриях?
13. Охарактеризуйте культурные услуги с точки зрения возможностей удовлетворения потребностей населения.
14. Как в бизнес-плане используются результаты маркетинговых исследований?
15. Как проводится планирование производственно-творческой деятельности организации?

16. Выделите ключевые моменты в планировании развития материальной базы организации в креативных индустриях.
17. Как планируется развитие структуры управления в организации в креативных индустриях?
18. Дайте характеристику раздела бизнес-плана «Финансовый план».
19. Что Вы знаете о классификации бизнес-планов?
20. Назовите типичные ошибки в бизнес-планировании
21. Дайте характеристику методов разработки смет в бизнес-планировании
22. Какая информация необходима в процессе разработки бизнес-плана?
23. Какие показатели используются для анализа рынка услуг в креативных индустриях?
24. Какие показатели используются для анализа форм и методов коммерческой деятельности в креативных индустриях?
25. Какие показатели используются для анализа финансово-хозяйственной деятельности организации в креативных индустриях?
26. Какие показатели используются для анализа конкурентоспособности услуг в креативных индустриях?
27. Какие показатели используются для анализа конкурентоспособности организации в креативных индустриях?
28. Охарактеризуйте содержание и методы финансового анализа деятельности организации в креативных индустриях
29. Как осуществляется прогнозирование доходов от реализации услуг в креативных индустриях?
30. Как осуществляется планирование финансовых результатов деятельности организации в креативных индустриях?
31. Как осуществляется оценка инвестиционного проекта?
32. Какие требования предъявляются к показателям эффективности инвестиционных проектов?
33. Как оценивается коммерческая эффективность бизнес-проекта?
34. Как оценивается экономическая эффективность бизнес-проекта?
35. Назовите источники инвестиций в креативных индустриях.
36. Как разрабатывается инвестиционная стратегия в креативных индустриях?
37. Как осуществляется разработка миссии организации в креативных индустриях?
38. Назовите факторы, влияющие на структуру конкурентных сил на рынке услуг в креативных индустриях
39. Как оценивается сила (слабость) конкурентных позиций организации в креативных индустриях?
40. Как осуществляется анализ и классификация целей и стратегий конкурентов в креативных индустриях?
41. Как оценивается привлекательность отрасли культуры?
42. Как оценить эффективность стратегии организации в креативных индустриях?
43. Каким образом осуществляется реализация бизнес-плана?
44. Как осуществляется управление реализацией бизнес-плана по результатам?
45. Что такое презентация бизнес-плана?
46. Как осуществляется продвижение бизнес-плана в процессе переговоров?
47. Какое значение имеет реклама бизнес-плана?

Вопросы к зачету с оценкой (очная форма обучения)

1. Основы и принципы планирования.
2. Понятие и содержание бизнес-планирования.
3. Цель и назначение бизнес-плана в системе управления фирмой.
4. Общие требования к бизнес-плану.
5. Основные области применения бизнес-планов.
6. Программные продукты, используемые для разработки и анализа бизнес-планов.
7. Организация процесса бизнес-планирования.
8. Миссия и цели предприятия.
9. Конкуренция и конкурентное преимущество.
10. Структура и последовательность разработки бизнес-плана.
11. Требования к написанию и оформлению бизнес-плана.
12. Концепция бизнеса (резюме).
13. Описание учреждения и сферы культуры.
14. Характеристика услуг и продукции.
15. Исследование и анализ рынка.
16. Стратегия маркетинга.
17. Потребность в инвестициях и источники формирования.
18. Содержание рабочего плана.
19. Цели и структура организационного плана.
20. Структура и последовательность разработки бизнес-плана.
21. Анализ рисков. Оценки риска проекта.
22. Цели и структура организационного плана.
23. Описание учреждения и сферы культуры в бизнес-плане.
24. Основы и принципы планирования.
25. Концепция бизнеса (резюме).
26. Понятие и содержание бизнес-планирования.
27. Программные продукты, используемые для разработки и анализа бизнес-планов.
28. Общие требования к бизнес-плану в сфере креативных индустрий.
29. Характеристика услуг и творческих проектов.
30. Миссия и цели учреждения сферы культуры.
31. Роль бизнес-плана в организации предпринимательской деятельности.
32. Организация процесса бизнес-планирования.
33. Исследование и анализ рынка.
34. Потребность в инвестициях и источники формирования.
35. Конкуренция и конкурентное преимущество.
36. Бизнес-план модели «Канвас». Описание и примеры.
37. Финансово-экономические результаты деятельности учреждения.
38. Команда разработчиков бизнес-плана в сфере креативных индустрий.
39. Основные направления реализации бизнес-плана.
40. Особенности бизнес-планирования в сфере креативных индустрий.
41. Коммерческая эффективность бизнес-проекта в сфере креативных индустрий.
42. Этапы разработки бизнес-плана и их содержание.
43. Организация проведения презентации бизнес-плана.
44. Значение, содержание и технология разработки финансового плана.
45. Требования, предъявляемые к показателям эффективности инвестиционных проектов.
46. Методы осуществления прогнозирования доходов от реализации услуг в креативных индустриях.
47. Классификация бизнес-планов.
48. Организационные меры по профилактике и нейтрализации негативных последствий рисков бизнес-планирования.

49. Содержание разделов организационного плана.
50. Использование маркетинговых исследований в бизнес-плане.
51. Цели и задачи презентации бизнес-плана.
52. Значение и сущность бизнес-планирования в сфере креативных индустрий.
53. Влияние конкурентной среды в сфере креативных индустрий при бизнес-планировании.
54. Принципы проведения анализа рынка культурных услуг.
55. Типичные ошибки в бизнес-планировании.
56. Опыт бизнес-планирования в сфере креативных индустрий.
57. Содержание и методы финансового анализа деятельности организации.
58. Характеристика методов разработки смет в бизнес-планировании
59. Стратегия маркетинга.
60. Стратегия продвижения культурных услуг.
61. Экспертиза бизнес-плана.
62. Приложения к бизнес-плану.
63. SWOT-анализ и его назначение.
64. План по персоналу.
65. Антикризисный маркетинг бизнес-плана в сфере креативных индустрий.
66. План производства, раздел описания услуг в бизнес-плане.
67. Развитие проекта и перспективы его финансовой стабильности.
68. Аннотация творческого проекта.
69. План исследований и разработок.

Критерии оценки

Зачет с оценкой

- оценка «**отлично**» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет связывать теорию с практикой, проявляет знание первоисточников (глубокий анализ), которые использует в раскрытии темы, проявляет творческий подход к содержанию ответа;

- оценка «**хорошо**» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его с использованием первоисточников, но в ответе допускает небольшие погрешности в обосновании темы ответа и некоторые нарушения в последовательности ответа;

- оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, имеются нарушения логической последовательности в изложении программного материала;

- оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки в ответе, имеет ограниченность профессионального кругозора и безграмотен.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Список литературы и источников

Основная:

1. Бизнес-планирование: учеб. пособие / М.В. Романова. — М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2018. — 240 с. 14 <https://znanium.com/catalog/product/945954>
2. Бизнес-планирование: учеб. пособие / В.А. Баринов. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017. — 272 с.
3. Бизнес-планирование: Учебник / Под ред. проф. Т.Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 296 с.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации
5. Иванова Е.В. Предпринимательское право: учебник для СПО / Е. В. Иванова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2017. — 269 с.
6. Кнышова Е.Н. Маркетинг: учебное пособие / Е.Н. Кнышова. - Допущено МО РФ. - М.: Форум - Инфра-М, 2015. - 282 с.
7. Кузьмина Е.Е. Предпринимательская деятельность: учебное пособие для СПО / Е. Е. Кузьмина, Л. П. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 508 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9349-3. <https://www.biblio-online.ru/viewer/BCEEE5E0-98EF-4EBF-A114-ADF030C3D856#page/1>
8. Морошкин, В. А. Бизнес-планирование : учеб. пособие / В.А. Морошкин, В.П. Буров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 288 с.
9. Налоговый кодекс Российской Федерации
10. Романова М.В. Бизнес-планирование : учеб. пособие / М.В. Романова. — Москва: ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. — 240 с. <https://znanium.com/read?id=304295>
11. Трудовой кодекс Российской Федерации
12. Чеберко Е.Ф. Предпринимательская деятельность: учебник и практикум для СПО / Е. Ф. Чеберко. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 219 с.
13. Череданова Л.Н. Основы экономики и предпринимательства: учебник для СПО/Л.Н. Череданова.- М.: Издательство Академия, 2016. – 224с.
14. Чижигов В.М., Чижигов В.В. Теория и практика социокультурного менеджмента: учебник. - М.: МГУКИ, 2008, 607 с.
15. Чижигов В.М., Чижигов В.В. Технологии менеджмента в креативных индустриях: Учебник. М.: МГИК, 2018. 464 с.

Дополнительная литература

1. Акунина Ю.А. Технология личностного брендинга в процессе подготовки современных специалистов в креативных индустриях//Приоритеты социально-культурного образования в условиях модернизации российского общества: Сб. научн. статей по материалам научно-практической конференции, посвященной 60-летию факультета в креативных индустриях (28 октября 2009 г., Москва) – М.: МГУКИ, 2009. С.91.
2. Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности / А.Н. Асаул. - М.: Питер, 2013. - 374 с.
3. Бадюкина Е.А. Планирование бизнеса /Е. А. Бадюкина, Н. В. Ружанская; М-во образования Рос. Федерации, Сыктывк. гос. ун-т. - Сыктывкар: СЕУ, 2010.
4. Бизнес-планирование: Учебник/Под. Ред. В.М. Попова и С.И. Ляпунова. - М.: Финансы и статистика, 2000.
5. Блеквелл Э. Как составить бизнес-план. - М. 1996. - С. 85.
6. Боброва О.С. Организация коммерческой деятельности. Учебник и практикум для СПО / О.С. Боброва. - М.: Юрайт, 2015. - 141 с.
7. Брюханова Н.В. Планирование и финансовое планирование инвестиционной деятельности организации / Н.В. Брюханова, Н.В. Фадейкина, - Новосибирск: СИФБД,

2009. - 125 с.

8. Буров В.П., Морошкин В.А., Новиков О.К. Бизнес-план. - М. 1995. - С. 85.
9. Бусыгин А.В. Предпринимательство. Учебник / А.В. Бусыгин. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 608 с.
10. Валдайцев С.В. Малое инновационное предпринимательство / С.В. Валдайцев, Н.Н. Молчанов, К. Пецольт. - М.: Проспект, 2013. - 538 с.
11. Денисова Н.И. Организация предпринимательства в сфере коммерции / Н.И. Денисова, Диянова Н, Штессель. - М.: Магистр, 2015. - 336 с.
12. Журнал «Некоммерческие организации в России»
13. Журнал «Российское предпринимательство»
14. Иванов Г.Г. Организация и технология коммерческой деятельности / Г.Г. Иванов. - М.: Академия, 2013. - 272 с.
15. Иващенко Н.П. Практическое пособие к семинарским занятиям по курсу "Основы предпринимательства" / Н.П. Иващенко. - М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (МГУ), 2013. - 661 с.
16. Инновационное предпринимательство. Учебник. - М.: Юрайт, 2013. - 528 с.
17. Калапуц П.А. Организация предпринимательской деятельности / П.А. Калапуц. - М.: МГОУ, 2013. - 252 с.
18. Киселева Т. Г., Красильников Ю. Д. Социально-культурная деятельность: учебник. – Москва: МГУКИ, 2004. – 539 с.
19. Лапуста М.Г. Создание собственного дела / М.Г. Лапуста. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 432 с.
20. Менеджмент в малом бизнесе. Учебное пособие. - М.: Ленанд, 2016. - 200 с.
21. Муравьев А. И. Предпринимательство / А.И. Муравьев, А.М. Игнатъев, А.Б. Крутик. - М.: Лань, 2018. - 696 с.
22. Наумов В.Н. Основы предпринимательской деятельности: Уч. / В.Н. Наумов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016-313с.(ВО)(п+Z) / В.Н. Наумов. - Москва: ИЛ, 2016. - 366 с.
23. Новаторов В. Е. Интернальный маркетинг в организациях в креативных индустриях. - Омск: ОмГУ, 2001
24. Новаторов В.Е. Маркетинг в креативных индустриях. - Омск: Омич, 2000
25. Новаторов В.Е. Маркетинговые знания в структуре социокультурного менеджмент// Науки о культуре: современный статус.--М. :МГУКИ, 2003 -с. 129-133
26. Новаторов В.Е. Маркетинговые персонал-технологии в учреждениях культуры. - Омск, 2001
27. Новаторов В.Е. Организация научно-прикладных исследований в практике культурно-просветительной работы. - Омск, 1987
28. Новаторов В.Е. Социально-культурный маркетинг в вопросах и ответах. - Иркутск, 2004
29. Новаторов Э.В. Альтернативные подходы к изучению маркетинга некоммерческих организаций // Маркетинг и маркетинговые исследования, 2004.-14(52).-с.69-79
30. Новаторов Э.В. Дежа-вю некоммерческого маркетинга //Маркетинг и маркетинговых исследования.-2003.-№3(45).- с. 64-67
31. Новаторов Э.В. Измерение удовлетворенности потребителей услуг культуры методом важностно-исполнительного анализа // Вестник ОмГУ, 1999.-Вып. 4.-с. 108-112
32. Новаторов Э.В. Маркетинг услуг.-С-Петербург, 2004
33. Новикова Г.Н. Менеджмент творческо-производственной деятельности (технологии, ресурсы) [Текст] : учеб. пособие / Г. Н. Новикова ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2014. - 98 с. - Библиогр.: с. 93-98. - ISBN 978-5-94778-353-7 : 350-.
34. Нугайбеков Р.А., Максин Д.Г., Ляшук А.В. Корпоративная система управления проектами. От методологии к практике. М.:Алпина Паблишер, 2015. - 236 с.
35. Памбухчиянц О.В. Организация коммерческой деятельности. Учебник / О.В. Памбухчиянц. - М.: Дашков и Ко, 2014. - 272 с.

36. Панибратов А.Ю. Введение в бизнес / А.Ю. Панибратов. - М.: Издательство
37. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность / Ф.П. Половцева. - Москва: ИЛ, 2014. - 248 с.
38. Практическое пособие к семинарским занятиям по курсу "Основы предпринимательства". - М.: Издательство МГУ, 2013. - 168 с.
39. Ресурсы управления социокультурными процессами: Монографический сборник / Под науч. ред. В.М. Чижикова. М.: МГУКИ, 2012.
40. Рубин, Ю. Б. Предпринимательство / Ю.Б. Рубин. - М.: Синергия, 2014. - 864 с.
41. Самарина, В. П. Основы предпринимательства / В.П. Самарина. - М.: ООО "ТНТ", 2012. - 292 с.
42. Северова Л.А. Практико-ориентированные технологии формирования компетенций студентов-менеджеров культуры // Инновационные технологии социокультурного менеджмента: Сб. науч. статей. - М.: МГУКИ, 2014. – Вып.4.
43. Северова Л.А. Предпринимательский успех как результат реализации проекта в креативных индустриях // Приоритеты социально-культурного образования в условиях модернизации Российского общества: Сб. науч. статей. - М.: МГУКИ, 2010. - Ч. 2. - С. 21-25.
44. Северова Л.А. Применение комплекса маркетинговых действий в менеджменте в креативных индустриях // Созидательная миссия культуры: Сб. науч. статей. - М.: МГУКИ, 2008. - С. 69-73.
45. Северова Л.А. Развитие предпринимательских способностей у менеджеров сфере креативных индустрий // Инновационные технологии обучения культурно-досуговой деятельности: Сб. науч. статей. - М.: МГУКИ, 2006. – Вып. 7. – С. 80-85.
46. Северова Л.А. Развитие предпринимательских способностей у студентов в рамках реализации проектов социально- культурной сферы / Л.А. Северова // коллективная монография «Социально-культурная деятельность в современном гуманитарном дискурсе». – Москва, 2021. – С. 117-124.
47. Северова Л.А. Ресурсы практико-ориентированной подготовки менеджеров сфере креативных индустрий // Ресурсы управления социально-культурными процессами: Сб. науч. статей. - М.: МГУКИ, 2013. – Вып.3. - С. 120-125.
48. Слонов Н., Корсаков Ю., Фокина Т. Парадигмы менеджмента и объект административного управления // Городское управление. – 2005. – № 4. – С. 29-43.
49. Суминова Т.Н. Арт-менеджмент: реализация государственной политики в сфере креативных индустрий и искусства: Монография [Текст] / Т.Н. Суминова. – М.: Академический проект, 2017. – 167 с.
50. Суминова Т.Н. Арт-менеджмент: теория и практика: Учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства [Текст] / Т.Н. Суминова. – М.: Академический проект, 2020. – 655 с. – (Gaudeamus).
51. Суминова Т.Н. Творческие/креативные индустрии как вариант модернизации сферы культуры и искусства [Электронный ресурс] // Т.Н. Суминова. – Вестник МГУКИ. – 2012. – 3(47). – С. 30-36. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=17912254> (дата обращения: 23.03.2021).
52. Сутягин, В. Ю. Финансовая среда предпринимательства. Учебное пособие / В.Ю. Сутягин, М.В. Беспалов, Р.Ю. Черкашнев. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 272 с.
53. Тактаров Г.А. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски / Г.А. Тактаров. - М.: КноРус, 2013. - 184 с.
54. Чижиков В.М. Специалист культуры в зеркале социокультурных процессов общества // Специалист культуры и досуга нового тысячелетия. М.: МГУКИ, 2000. С. 20-32.
55. Чижиков В.М., Чижиков В.В. Теория и практика социокультурного менеджмента: учебник. - М.: МГУКИ, 2008.
56. Чижиков В.М., Чижиков В.В. Технологии менеджмента в креативных индустри-

ях: Учебник. М.: МГИК, 2018. 464 с.

57. Шарковская Н. В. Развивающий потенциал интерактивных методов реализации информационно-коммуникационного процесса подготовки кадров сфере креативных индустрий // Подготовка кадров в креативных индустриях: традиции и стратегии развития. ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт культуры. 2019. С. 229-233.

58. Ярошенко Н.Н. Индустрия развлечений в современном культурном пространстве России// Н.Н. Ярошенко. – Вестник МГУКИ. – 2016. – №3(71). – С. 122-132. – [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/industriya-razvlecheniy-v-sovremennom-kulturnom-prostranstve-rossii>

59. Ярошенко Н.Н. История и методология теории в креативных индустриях: учебник. [Изд. 2-е, испр. и доп.]. М.: МГУКИ, 2013. 455 с.

60. Ярошенко Н.Н., Чижиков В.М. Многофункциональные культурные центры в дискурсе современной российской культуры: монография. – Москва: МГИК, 2017. – 160 с.

Интернет-ресурсы

Консультант плюс, надежная правовая поддержка [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru>

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU: <http://www.eLIBRARY.RU>

Ресурс Цифровые учебные материалы <http://abc.vvsu.ru/>

ЭБС «Юрайт»: <http://www.biblio-online.ru/>

Форма доступа: <https://znanium.com/>

Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://www.fcior.edu.ru/catalog/meta/5/p/page.html>.

Официальный сайт Министерства образования и науки Российской Федерации. <http://минобрнауки.рф>.

Официальный сайт Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации. <http://demo.rosmintrud.ru>

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Предоставление обучающимся доступа к учебному плану, рабочей программе дисциплины в электронной форме, к электронно-библиотечной системе института, содержащей учебно-методические материалы по дисциплине в электронной форме, к информационным справочным системам, которые используются при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, посредством электронной информационно-образовательной среды института из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

Операционные системы:

Windows 7 Professional

Пакет офисных программ:

ABBYY FineReader 14 Business 1 year (Per Seat) Academic

Microsoft Office 2016 Outlook

Microsoft Office 2016 Word

Microsoft Office 2016 Excel

Microsoft Office 2016 PowerPoint

Электронная библиотечная система Book.ru: <http://www.book.ru/>

Электронная библиотека диссертаций Российской Государственной библиотеки: <http://diss.rsl.ru/>

Университетская библиотека: <http://www.biblioclub.ru/>

Научная электронная библиотека e-library: <http://www.e-library.ru/>
Университетская информационная система России: <http://uisrussia.msu.ru/>
Электронный ресурс издательства Springer: <http://www.springerlink.com/>
Единое окно доступа к образовательным ресурсам: <http://window.edu.ru/>

Доступ в ЭБС:

- ЛАНЬ Договор с ООО «Издательство Лань» Режим доступа www.e.lanbook.com Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей.
- ЭБС ЮРАЙТ, Режим доступа www.biblio-online.ru Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей.
- ООО НЭБ Режим доступа www.eLIBRARY.ru Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Планы семинарских занятий:

Тема 2. Технологии разработки и реализации бизнес-плана

При изучении данной темы студентам следует обратить внимание на то, что структура бизнес-плана не имеет жестких границ. В зависимости от сферы деятельности, масштабов проекта, требований потенциального инвестора и других факторов содержание и структура бизнес-плана могут изменяться. Однако существуют основополагающие требования к содержанию, соблюдение которых принято при его составлении.

План:

13. Сущность бизнес-плана, его цели и задачи
14. Характеристики процесса бизнес-планирования
15. Роль и значение бизнес-планирования для малого и среднего бизнеса
16. Методы планирования и прогнозирования
17. Информационное обеспечение планирования
18. Плановые показатели, нормы и нормативы
19. Понятие бизнес-идеи
20. Источники и методы выработки бизнес-идей
21. Содержание бизнес-идеи и способы ее представления
22. Презентация бизнес-идеи
23. Сущность и значение бизнес-модели
24. Структура бизнес-модели и критерии ее оценки

Тема 3. «Анализ рынка в креативных индустриях»

Для организации в креативных индустриях наиболее сложно разработать этот раздел бизнес-плана, так как исследование рынка до недавнего времени не было свойственно нашей экономике, что и вызвало отсутствие такого рода навыков у широкого круга практических специалистов.

При изучении данной темы студентам предлагаются следующие темы для обсуждения, которые включают:

- характеристику региона, в котором организация в креативных индустриях планирует свои услуги;
- анализ основных конкурентов, которые оказывают потребителям аналогичные услуги, производят такую же продукцию в том же регионе;
- анализ конкурентоспособности, преимуществ проектируемых услуг;
- анализ основных потребителей культурных услуг;
- оценку реального и потенциального объема сбыта в начальный период и на перспективу;
- прогноз цен и схемы платежей.

Кроме того, рекомендуется показать потенциальному инвестору те мероприятия культурной сферы, которые планируется провести для продвижения услуг на рынок:

- реклама услуг и каналы ее доставки до потенциальных потребителей, объем рекламной деятельности организации;
- методы стимулирования реализации услуг и др.
- методы сбора данных для проведения маркетингового исследования в разделе «Анализ рынка» Основные составляющие раздела «Анализ рынка»
- факторы, влияющие на спрос на культурные услуги. Цель конкурентного анализа.

Тема 5 «Анализ и планирование финансовой деятельности в креативных индустриях»

Цель финансового плана – рассчитать ожидаемые финансовые результаты деятельности организации. Данный раздел бизнес-плана является важнейшим критерием оценки проекта для инвестирования.

Ознакомление с финансовым планом должно показать потенциальному инвестору, на какую прибыль он может рассчитывать и какова способность заемщика обслуживать долг.

Разработка этого раздела достаточно сложна и трудоемка, так как требует проведение значительного объема расчетов.

При разработке бизнес-планов сложных проектов, требующих больших объемов капитальных вложений и с длительными сроками реализации, рекомендуется использовать автоматизированную систему планирования и анализа эффективности инвестиций PROIECT EXPERT, разработанную Российской фирмой PRO-INVEST-Consulting.

Основные документы финансового плана и их структуры, принятые в международной и отечественной практике:

1. План (прогноз) прибылей и убытков;
2. План (прогноз) движения денежных средств;
3. План (прогноз) балансов.

Цель составления плана прибылей и убытков – в общей форме представить результаты производственно-творческой деятельности организации в креативных индустриях с точки зрения прибыльности. Этот расчет обычно состоит из следующих разделов: реализация, себестоимость реализованной продукции или услуг, операционные затраты и получаемые (до уплаты налогов) прибыли или убытки.

Цель составления плана движения денежных средств – планирование фактических поступлений денежных средств на расчетный счет и фактических платежей с учетом реальных сроков (графиков) по трем видам деятельности: по операционной (основной производственной), по инвестиционной и финансовой деятельности организации в креативных индустриях.

Цель составления плана балансов – получить представление о будущей стоимости активов, обязательств и собственного капитала на определенные даты (моменты) бизнес-плана.

По активам балансов можно проследить структуру, соотношение и тенденции изменения суммарных текущих активов, остаточной стоимости основных средств, сумм инвестиционных затрат в основные фонды.

В пассивах балансов – суммарные краткосрочные обязательства, долгосрочные займы и суммарный собственный капитал.

Эти сведения дают возможность быстро получить необходимый минимум справочных данных, не вдаваясь в детальное изучение приводимых финансовых прогнозов.

Тема 7. Маркетинговая программа бизнес-плана

План:

1. Планирование маркетинга.
2. Процесс управления маркетингом
3. Сегментирование рынка
4. Разработка товара (творческого продукта или услуги)
5. Ценообразование в маркетинге
6. Стратегия коммуникаций и стимулирования
7. Формы коммуникации в маркетинге
8. Стратегия маркетинга, планирование и контроль
9. Маркетинговые решения по новому продукту.
10. Планирование рекламной деятельности. Критерии эффективности рекламы.
11. Позиционирование товара (услуг) на рынке.
12. Уровни товара, торговые марки, торговые знаки.

13. Тактика выхода на рынок
14. Социально-культурное значение маркетинга.
15. Маркетинг идей.
16. Условия эффективности маркетинга в сфере креативных индустрий.
17. Маркетинг учреждений культуры.
18. Платные услуги в сфере креативных индустрий и маркетинг.

Тема 9. Оценка инвестиционного проекта

План:

1. Специфика деятельности учреждений сферы культуры в современных условиях
2. Обоснование необходимости развития инновационных проектов в сферы культуры
3. Назначение и сущность инновационных проектов в сфере креативных индустрий
4. Специфика культурного продукта как товара
5. Проблемы и условия развития инновационных проектов в сфере креативных индустрий

Тема 11. Анализ конкурентных преимуществ в креативных индустриях

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность конкуренции, виды, способы и методы.
2. Факторы конкурентоспособности предпринимательских организаций.
3. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные функции конкуренции на рынке.
4. Дайте краткую характеристику методов конкуренции.
5. Виды конкуренции по степени интенсивности и по формам удовлетворения потребностей.
6. Четыре направления конкуренции по Ф. Котлеру.
7. Характеристика совершенной конкуренции.
8. Характеристика несовершенной конкуренции.
9. Основные черты монополистической конкуренции.
10. Анализ конкурентной среды. Возможности повышения конкурентоспособности предпринимательской деятельности.

Тема 13. Стратегия развития в креативных индустриях

План:

1. Стратегическое планирование как наука.
2. Методология стратегического планирования.
4. Эволюция стратегии руководства в условиях перехода к рынку.
5. Система стратегического планирования и ее подсистемы.
6. Процесс стратегического планирования.
7. Принципы стратегического планирования.
8. Система показателей стратегического планирования.
9. Разработка стратегии деятельности в креативных индустриях.
10. Стратегический анализ в организации.
11. Контроль за выполнением стратегического плана.

8.2. Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов

В преподавании дисциплины «Бизнес-планирование в сфере креативных индустрий» используются разнообразные образовательные технологии как традиционного, так и инновационного характера, учитывающие смешанный, теоретический и практико-ориентированный характер дисциплины:

- лекции;
- практические занятия;

- дискуссии;
- выступления с докладами и сообщениями;
- аудиторные контрольные работы
- свободная дискуссия по теме занятия;
- индивидуальная и групповая работа
- тестирование.

Методика проведения занятий основана на использовании активных форм, позволяющих сделать каждого из слушателей участником обсуждаемых вопросов и проблем, разработчиком бизнес-плана. Особое внимание при изучении курса обращено на активную самостоятельную работу студентов как при подготовке, так и в процессе проведения теоретических и практических занятий.

Изложение материала сопровождается видео иллюстрацией на практических примерах.

Методическое обеспечение учебного процесса включает раздаточный материал для каждого слушателя по всем разделам программы дисциплины, позволяющий использовать его в практических расчетах при разработке бизнес-плана. Кроме того, студентам предлагается пример разработанного бизнес-плана, который они могут использовать в процессе составления бизнес-плана.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя такие виды и формы как: подготовка к дискуссии, конспектирование изучаемой литературы, аналитический обзор новой литературы по изучаемой теме, подготовка к практическому занятию, подготовка к дискуссии, презентации.

В ходе лекционных занятий следует вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Следует дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. В ходе подготовки к семинарам изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д.

Подготовить тезисы для выступлений по всем вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю. Составить план-конспект своего выступления.

Практические занятия позволяют развивать у студентов творческое теоретическое мышление, умение самостоятельно изучать литературу, анализировать практику; учат четко формулировать мысль, вести дискуссию, то есть имеют исключительно важное значение в развитии самостоятельного мышления.

Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна.

Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во

время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику и тем самым проникнуть в творческую лабораторию автора. Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

План – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

Литература для подготовки:

1. Новикова, Г. Н. Менеджмент творческо-производственной деятельности (технологии, ресурсы) [Текст] : учеб. пособие / Г. Н. Новикова ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2014. - 98 с.

2. Ярошенко, Н. Н. История и методология теории в креативных индустриях : учебник / Н. Н. Ярошенко. - М. : МГУКИ, 2007. - 359 с.

Требования к дискуссии

Дискуссия - это обсуждение какого-либо спорного вопроса, проблемы. Важной характеристикой дискуссии, отличающей ее от других видов спора, является аргументированность.

Дискуссия предполагает выработку и активное продвижение своей точки зрения по изучаемой проблеме, умение выслушать альтернативную точку зрения, вступить в полемику, на основе изложения и учета всех точек зрения прийти к объективному результату.

Основные шаги при подготовке к дискуссии.

Выбор темы дискуссии определяется целями обучения и содержанием учебного материала. При этом на обсуждение обучающихся выносятся темы, имеющие проблемный характер, содержащие в себе противоречивые точки зрения, дилеммы, задевающие привычные установки обучающихся. Тема разбивается на отдельные вопросы, которые сообщаются обучающимся. Указывается литература, справочные материалы, необходимые для подготовки к дискуссии.

Проведение дискуссии:

- формулирование проблемы и целей дискуссии;
- создание мотивации к обсуждению - определение значимости проблемы, указание на нерешенность и противоречивость вопроса и т.д.;
- установление регламента дискуссии и ее основных этапов;
- совместная выработка правил дискуссии;
- выяснение однозначности понимания темы дискуссии, используемых в ней терминов, понятий.

Приемы введения в дискуссию:

- предъявление проблемной ситуации;
- демонстрация видеосюжета;
- демонстрация материалов (статей, документов);
- ролевое проигрывание проблемной ситуации;
- анализ противоречивых высказываний - столкновение противоположных точек зрения на обсуждаемую проблему;
- постановка проблемных вопросов;

- альтернативный выбор (участникам предлагается выбрать одну из нескольких точек зрения или способов решения проблемы).

Приемы введения в дискуссию:

- предъявление проблемной ситуации;
- демонстрация видеосюжета;
- демонстрация материалов (статей, документов);
- ролевое проигрывание проблемной ситуации;
- анализ противоречивых высказываний - столкновение противоположных точек зрения на обсуждаемую проблему;
- постановка проблемных вопросов;
- альтернативный выбор (участникам предлагается выбрать одну из нескольких точек зрения или способов решения проблемы).

Требования к выполнению тестов:

Тесты – это вопросы или задания, предусматривающие конкретный, краткий, четкий ответ на имеющиеся варианты ответов. При самостоятельной подготовке к тестированию студенту необходимо:

- а) проработать информационный материал по дисциплине;
- б) выяснить все условия тестирования: сколько тестов будет предложено, сколько времени отводится на тестирование, какова система оценки результатов и т.д.
- в) приступая к работе с тестами, внимательно прочитать вопрос и предлагаемые варианты ответов. Выбрать правильный ответ.
- г) если встречен трудный вопрос, следует перейти к другим вопросам; к трудному вопросу необходимо вернуться позже.
- д) важно оставить время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.

Требования к компьютерной презентации:

Компьютерная презентация – это электронный мультимедийный документ, который создают и используют для подачи информации широкой аудитории в наглядном и лаконичном виде.

Презентация оформляется по определенной структуре:

- титульный лист с входными данными;
- текст хорошо написан и сформированные идеи ясно изложены и структурированы в презентации;
- слайды представлены в логической последовательности;
- список источников информации.

Защита учебного проекта – презентации:

Защита проводится в виде устной защиты проекта перед слушателями с мультимедийной презентацией.

Форма и содержание защиты проекта должны предусматривать наличие всех компонентов:

1. Актуальность и значимость темы, цель и задачи.
2. Полнота раскрытия темы.
3. Определение понятий заявленной темы.
4. Теоретические аспекты, структура, концепции, модели (с упоминанием известных исследователей, ученых, психологов по проблеме).
5. Оригинальность решения проблемы.
6. Ценность и новизна полученного проектного продукта или процесса.
7. Самостоятельность работы над проектом.
8. Научность, артистизм, убедительность и выразительность выступления.
9. Адаптация творческого проекта к новым реалиям в сфере креативных индустрий.

10. Раскрытие содержания проекта на презентации.
11. Использование средств наглядности, стиль презентации.
12. Ответы на вопросы (возможен интерактив с аудиторией).
13. Практический анализ заявленной темы и применение в креативных индустриях (примеры).
14. Выводы и рекомендации для в креативных индустриях
15. Используемая литература

Требования к конспекту:

Конспект– это систематическая, логически связанная запись, объединяющая план, выписки, тезисы или, по крайней мере, два из этих типов записи. Исходя из определения, выписки с отдельными пунктами плана, если в целом они не отражают логики произведения, если между отдельными частями записи нет смысловой связи, - это не конспект.

В отличие от тезисов и выписок, конспекты при обязательной краткости содержат не только основные положения и выводы, но и факты, и доказательства, и примеры, и иллюстрации. Поэтому то, что в начале кажется второстепенным, может со временем оказаться ценным и нужным. С другой стороны, утверждение, не подкрепленное фактом или примером, не будет убедительным и трудно запоминается.

Типы конспектов:

- Плановый.
- Текстуальный.
- Свободный.
- Тематический.

Краткая характеристика типов конспектов:

1. Плановый конспект: являясь сжатым, в форме плана, пересказом прочитанного, этот конспект – один из наиболее ценных, помогает лучше усвоить материал еще в процессе его изучения. Он учит последовательно и четко излагать свои мысли, работать над книгой, обобщая содержание ее в формулировках плана. Такой конспект краток, прост и ясен по своей форме. Это делает его незаменимым пособием при быстрой подготовке доклада, выступления. Недостаток: по прошествии времени с момента написания трудно восстановить в памяти содержание источника.

2. Текстуальный конспект – это конспект, созданный в основном из отрывков подлинника – цитат. Это прекрасный источник дословных высказываний автора и приводимых им фактов. Текстуальный конспект используется длительное время. Недостаток: не активизирует резко внимание и память.

3. Свободный конспект представляет собой сочетание выписок, цитат, иногда тезисов, часть его текста может быть снабжена планом. Это наиболее полноценный вид конспекта.

4. Тематический конспект дает более или менее исчерпывающий ответ на поставленный вопрос темы. Составление тематического конспекта учит работать над темой, всесторонне обдумывая ее, анализируя различные точки зрения на один и тот же вопрос. Таким образом, этот конспект облегчает работу над темой при условии использования нескольких источников.

Как составить конспект:

- прочитайте текст учебника;
- определите в тексте главное содержание, основные идеи, понятия, закономерности, формулы и т.д.;
- выделите взаимосвязи;
- основное содержание каждого смыслового компонента законспектируйте в виде кодированной информации после наименования темы в тетради;
- прочтите еще раз текст и проверьте полноту выписанных идей;

- сформулируйте не менее трех вопросов разного уровня сложности, запишите вопросы в тетрадь;
- каждому вопросу определите значок степени сложности и найдите возможный ответ;
- внимательно прочитайте материал;
- определите основные смысловые части учебной информации по плану общей схемы;
- определите центральную часть О.К., т.е. его «ассоциативный узел» в виде систематического класса и его особенностей;
- определите цель составления конспекта.

Читая изучаемый материал в первый раз, подразделяйте его на основные смысловые части, выделяйте главные мысли, выводы.

Если составляется план-конспект, сформулируйте его пункты и определите, что именно следует включить в план-конспект для раскрытия каждого из них.

Наиболее существенные положения изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат.

В конспект включаются не только основные положения, но и обосновывающие их выводы, конкретные факты и примеры (без подробного описания).

Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, вместо цитирования делать лишь ссылки на страницы конспектируемой работы, применять условные обозначения.

Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы "ступеньками" подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

Используйте реферативный способ изложения (например: «Автор считает...», «раскрывает...»).

Собственные комментарии, вопросы, раздумья располагайте на полях.

Требования к реферату:

1) Составление подробного плана реферата. План реферата - это основа работы. Вопросы плана должны быть краткими, отражающими сущность того, что излагается в содержании. Рекомендуется брать не более двух или трех основных вопросов. Не следует перегружать план второстепенными вопросами.

2) Создание текста реферата. Текст реферата должен подчиняться определенным требованиям: он должен раскрывать тему, обладать связностью и цельностью. Раскрытие темы предполагает, что в тексте реферата излагается относящийся к теме материал и предлагаются пути решения содержащейся в теме проблемы. Связность текста предполагает смысловую соотносительность отдельных компонентов. Цельность – смысловая законченность текста. При написании реферата не следует допускать: - дословное переписывание текстов из книг и Интернет; - использование устаревшей литературы; - подмену научно-аналитического стиля художественным; - подмену изложения теоретических вопросов длинными библиографическими справками; - небрежного оформления работы.

Темы для самостоятельной работы студентов

Тема	Содержание заданий, выносимых на СРС
Тема 1. Значение и сущность бизнес-планирования в креативных индустриях.	Определить, что является основным при составлении бизнес-плана
Тема 2. Особенности бизнес-планирования в сфере креативных индустрий.	Цель бизнес-плана в креативных индустриях Организация процесса бизнес-планирования.

	Требования к написанию и оформлению бизнес-плана.
Тема 3. Стратегия в бизнес-планировании	Обосновать роль стратегии в бизнес-планировании
Тема 4. Бизнес-план как инструмент формирования деловой организационно-культурной среды и мотивации интереса потенциальных инвесторов.	Понятие и сущность бизнес планов в сфере креативных индустрий; виды бизнес-планов в сфере креативных индустрий и их характеристика; содержание бизнес-плана; структура и последовательность разработки бизнес-плана.
Тема 5. Разработать бизнес-план на новый вид услуг в сфере креативных индустрий.	Умение разрабатывать проекты и программы в сфере креативных индустрий; знание технологий продвижения продуктов и услуг культуры населения; умение анализировать проблемы бизнес-планирования в сфере креативных индустрий и выбирать оптимальные способы их решения.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.

При изучении дисциплины обучающимися используются следующие информационные технологии:

- аудиовизуальное представление обучающимся с помощью компьютера содержания отдельных тем дисциплины на лекционных занятиях;
- предоставление обучающимся доступа к учебному плану, рабочей программе дисциплины в электронной форме, к электронно-библиотечной системе института, содержащей учебно-методические материалы по дисциплине в электронной форме, к информационным справочным системам, которые используются при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, посредством электронной информационно-образовательной среды института из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- фиксация хода образовательного процесса по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института;
- формирование электронного портфолио обучающегося по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института.

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

Word, Excel, Power Point;
 Adobe Photoshop;
 Adobe Premiere;
 Power DVD;
 Media Player Classic.

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия по дисциплине «Бизнес-планирование в сфере креативных индустрий» проводятся в аудиториях, оснащенных видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения и экраном (видеопроектор; ноутбук; экран).

Аудитории для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду МГИК.

11. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - зачёт проводится в устной форме или выполняются тестовые задания.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - зачёт проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - зачёт проводится в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;

- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

Разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по **направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность**, профилю «Менеджмент креативных индустрий».

Составитель: Северова Л.А., кандидат пед. наук, доцент