

Автономная некоммерческая организация – микрофинансовой компанией
«Ростовское региональное агентство поддержки предпринимательства»

УТВЕРЖДЕНО
Приказом директора
АНО МФК «РРАПП»
№ 64 от 19.11.2025

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
«ОСНОВЫ КРЕАТИВНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Вид программы: повышение квалификации

Объем учебной нагрузки: 32 академических часа

Форма обучения: очная с элементами онлайн-обучения

Место обучения: г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 121

г. Ростов-на-Дону
2025 год

І. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Форма занятий: очная с элементами онлайн-обучения.

Объем программы: 32 учебных часа.

Наименование модулей	Общая трудоемкость, ч	Лекции	Практические занятия	СРС	Форма контроля
Модуль 1. Контекст и креативное мышление	8	4	2	2	
Модуль 2. Продукт, модель и производство	8	4	2	2	
Модуль 3. Инфраструктура, рынок и опыт потребителя	12	6	3	3	
Модуль 4. Финансы, поддержка и масштабирование	2	2	0	0	
Модуль 5. Итоговая аттестация	2	0	1	1	Защита проекта
ИТОГО	32	16	8	8	

ІІ. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Общий объем программы: 32 часа.

Контактные часы: 24 часа.

Самостоятельная работа: 8 часов.

Распределение контактных часов:

Лекции – 16 ч.,

Практические занятия – 8 ч.

№ п/п	Модули / Темы	Общая трудоем-	Лекции	Практические	СРС, ч	Результат
-------	---------------	----------------	--------	--------------	--------	-----------

		кость, ч		занятия		обучения
1.	Модуль 1. Контекст и креативное мышление	8	4	2	2	ПК-4, ПК-8
1.1	Тема 1. Концепции креативных индустрий в гуманитарных и социально- экономических исследованиях	4	2	1	1	ПК-8
1.2	Тема 2. Креативность и инновационность. Креативный класс	4	2	1	1	ПК-4
2.	Модуль 2. Продукт, модель и производство	8	4	2	2	ПК-1, ПК-9, ПК-10
2.1	Тема 3. Производственная цепочка в креативных индустриях. Создание креативного продукта. Креативный капитал	4	2	1	1	ПК-9, ПК-10
2.2	Тема 4. Движущие силы развития креативных индустрий	4	2	1	1	ПК-1, ПК-10
3.	Модуль 3. Инфраструктура, рынок и опыт потребителя	12	6	3	3	ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8
3.1	Тема 5.	4	2	1	1	ПК-6,

	Сравнительный анализ развития креативных индустрий в разных странах					ПК-7
3.2	Тема 6. Креативные индустрии и творческие кластеры	4	2	1	1	ПК-5, ПК-7
3.3	Тема 7. Управление опытом потребителей креативных индустрий	4	2	1	1	ПК-8
4.	Модуль 4. Финансы, поддержка и масштабирование	2	2	0	0	ПК-2, ПК-3, ПК-9
4.1	Тема 8. Экосистемы поддержки креативных проектов	2	2	0	0	ПК-2, ПК-3, ПК-9
5.	Модуль 5. Итоговая аттестация	2	0	1	1	ПК-1 – ПК-10
5.1	Итоговая аттестация: Защита бизнес-проекта	2	0	1	1	ПК-1 – ПК-10
	ИТОГО	32	16	8	8	

III. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Календарный учебный график дополнительной программы «Основы креативного предпринимательства»

Наименование модулей	Условная неделя	Объем учебной нагрузки, ч.	Лекция	Практич. Занятия	СРС	Итоговый контроль
Модуль 1. Контекст и креативное мышление (Темы 1, 2)	1	8	4	2	2	
Модуль 2. Продукт, модель и производство (Темы 3, 4)	2	8	4	2	2	
Модуль 3. Инфраструктура, рынок и опыт потребителя (Темы 5, 6, 7)	3	8	4	2	2	
Модуль 3. Продолжение (Тема 7) и Модуль 4 (Тема 8)	4	6	2	1	3	
Модуль 5. Итоговая аттестация	4	2	0	1	1	Защита итогового проекта
ИТОГО	4 недели	32	16	8	8	

IV. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

4.1. Актуальность программы

Рабочая программа дополнительного образования «Основы креативного предпринимательства» разработана для удовлетворения растущего спроса на специалистов, способных интегрировать творчество и инновации в бизнес-процессы. В условиях современной глобальной экономики креативные индустрии признаны одним из ключевых драйверов экономического роста и социальной инновации. Международные исследования подтверждают, что этот сектор ежегодно привлекает многомиллиардные инвестиции, что особенно заметно в эпоху цифровизации и перехода к экономике знаний.

Изучение основ креативного предпринимательства позволяет участникам развить конкурентные преимущества, поскольку они учатся эффективно использовать инновационный и творческий подход для адаптации к быстро меняющимся рыночным условиям. Программа ориентирована на формирование системного подхода к реализации и масштабированию бизнес-идей в креативных сферах. Актуальность программы также обусловлена необходимостью поддержки малого и микро-предпринимательства, что является одной из ключевых предпринимательских задач (ПК-1) в данном секторе. Реализация программы осуществляется АНО МФК «РРАПП», что гарантирует интеграцию теоретического материала с доступом к реальным бизнес-ресурсам и нетворкинговым возможностям.

4.2. Цель и задачи программы

Цель программы:

Формирование у участников практических навыков креативного предпринимательства, развитие инновационного мышления и способности к реализации бизнес-идей в креативных сферах с учетом рыночных реалий, а также системного подхода к управлению креативным капиталом.

Задачи программы:

1. **Развитие креативного потенциала:** Развить креативное мышление и навыки генерации инновационных бизнес-идей, включая освоение современных методологий, таких как дизайн-мышление и ТРИЗ.
2. **Освоение инструментов:** Ознакомить с современными инструментами бизнес-моделирования, маркетинга и масштабирования в креативных индустриях. Это включает понимание цифровизации, применения SMM, SEO, а также новых технологий, таких как NFT и AI, для создания и распространения продуктов (ПК-5).
3. **Финансовое и правовое планирование:** Научить основам финансового планирования, управления рисками и эффективному привлечению инвестиций, в том числе через гранты и государственные меры поддержки (ПК-3).
4. **Проектная реализация:** Сформировать навыки презентации проектов (питча) для инвесторов и партнеров, а также способности к выбору и валидации бизнес-модели (ПК-9).
5. **Устойчивое развитие:** Воспитать этическое предпринимательство с фокусом на устойчивости ведения бизнеса, включая анализ культурной политики и роли креативного класса в развитии территорий (ПК-2, ПК-7).

4.3. Целевая аудитория и требования к подготовке

Программа рассчитана на начинающих предпринимателей, владельцев малого бизнеса, фрилансеров и специалистов, работающих в креативных индустриях (дизайн, IT, контент-

креатив, искусство, стартапы). Аудитория включает лиц, не относящихся к детям и молодежи. К освоению программы допускаются лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование. Учитывая, что в креативных индустриях высока доля самозанятых, программа предоставляет инструменты для легализации и масштабирования индивидуальной творческой деятельности (ПК-1). Группа формируется до 14 человек, что обеспечивает эффективное взаимодействие и индивидуальный подход к проектной работе.

4.4. Объем, форма и методы реализации программы

Объем программы: 32 учебных часа.

Форма занятий: Очная, дополненная элементами онлайн-обучения (вебинары, платформы для совместной работы).

Методы обучения: применяется активно-практический подход, включающий лекции от экспертов, мастер-классы, разбор реальных кейс-стади из бизнеса, групповые обсуждения и проектную работу. В процессе обучения используются современные инструменты, такие как Business Model Canvas (для структурирования идей), Trello (для проектного управления), а также онлайн-платформы Miro и Canva Pro для визуализации и совместной работы. Ключевым элементом является защита итогового бизнес-проекта с обратной связью от экспертов центра.

V. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ

Программа направлена на формирование следующих профессиональных компетенций (ПК), соотнесенных с типами задач профессиональной деятельности, определенных в исходной документации.

Таблица профессиональных компетенций

Код	Наименование компетенции и типы задач профессиональной деятельности	Тип задачи
ПК-1	Способен осуществлять и планировать предпринимательскую деятельность, в том числе в формате малого, среднего и микро-предпринимательства, способствовать росту количества рабочих мест (самозанятых) в креативной сфере	Предпринимательские
ПК-2	Способен осуществлять предпринимательскую деятельность в соответствии с «умной специализацией» региона с учетом тенденций культурного и научно-технологического развития	Предпринимательские
ПК-3	Способен анализировать и	Предпринимательские

	систематизировать действующие на федеральном, региональном и муниципальном уровнях меры поддержки предпринимательства с целью их применения в практике предпринимательской деятельности	
ПК-4	Способен создавать новые продукты с высокой добавленной стоимостью, обусловленной использованием результатов творческой, интеллектуальной деятельности, обеспечивать повышение капитализации нематериальных активов бизнеса	Творческие (креативные)
ПК-5	Способен организовывать внедрение современных цифровых технологий для создания (производства) и распространения креативных продуктов	Социально-организаторские
ПК-6	Способен развивать сотрудничество, в том числе международное, в области креативных индустрий, содействовать экспорту товаров и услуг	Управленческие
ПК-7	Способен участвовать в создании доступной и территориально равномерной предпринимательской инфраструктуры, включающей креативные кластеры, творческие (креативные) инкубаторы, центры коллективного пользования специальным оборудованием	Управленческие
ПК-8	Способен исследовать креативные индустрии и проводить оценку потребительских предпочтений, технических и технологических инноваций и их влияние на состояние экономики в Российской Федерации	Информационно-аналитические, маркетинговые
ПК-9	Способен определять подходы к выбору бизнес-модели для реализации проектов в креативных индустриях	Проектные
ПК-10	Способен создавать условия для производства, распространения и	Технологические

	популяризации товаров и услуг отечественных креативных индустрий	
--	---	--

VI. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

6.1. Содержание лекционных занятий (16 часов)

Тема 1. Концепции креативных индустрий в гуманитарных и социально-экономических исследованиях

- Определение и сущность креативных (творческих) индустрий.
- Креативная экономика как новый сектор. Взаимодействие с государственными и рыночными институтами.
- Подходы к классификации креативных индустрий (модель DCMS, символическая модель и др.).
- Роль креативных индустрий в региональной и глобальной экономике, их влияние на ВВП и занятость.
- Цифровая трансформация и ее влияние на развитие творческого бизнеса.

Тема 2. Креативность и инновационность. Креативный класс

- Соотношение понятий «креативность» и «инновационность».
- Концепция креативного класса Ричарда Флориды: ценности, характеристики и роль в развитии городов.
- Технологии развития творческого мышления: Design Thinking, SCAMPER, латеральное мышление.
- Психологические барьеры креативности и методы их преодоления.
- Роль наставничества и тьюторства в развитии креативного потенциала.

Тема 3. Производственная цепочка в креативных индустриях. Создание креативного продукта. Креативный капитал

- Понятие бизнес-модели и ее ключевые элементы: ценностное предложение, потребительские сегменты, каналы сбыта, потоки доходов и структура издержек.
- Методы генерации и отбора идей: от мозгового штурма до MVP (Minimum Viable Product).
- Понятие и структура креативного капитала, его роль в повышении стоимости бизнеса.
- Управление интеллектуальной собственностью в креативных проектах: авторское право, патенты, товарные знаки.
- Процесс создания и вывода на рынок креативного продукта: от концепции до реализации.

Тема 4. Движущие силы развития креативных индустрий

- Человеческий капитал как ключевой ресурс творческой экономики.
- Противоречия как драйверы роста: коммерциализация искусства, баланс между творчеством и бизнесом.
- Индивидуализация и кастомизация продуктов в креативных индустриях.
- Новые формы занятости: роль фриланса и аутсорсинга в креативных проектах.

- Влияние технологий (ИИ, VR/AR, блокчейн) на создание и дистрибуцию креативного контента.

Тема 5. Сравнительный анализ развития креативных индустрий в разных странах

- Роль государства и формы культурной политики в поддержке креативного сектора.
- Анализ моделей развития креативных индустрий: опыт Великобритании, США, Южной Кореи, Китая и России.
- Международные и национальные программы поддержки творческих проектов и экспорта креативных услуг.
- Роль некоммерческих фондов и частных инициатив в развитии креативной экономики.
- Глобальные тренды и локальные особенности: адаптация мирового опыта к российским реалиям.

Тема 6. Креативные индустрии и творческие кластеры

- Креативные кластеры как форма территориальной организации творческого бизнеса: арт-резиденции, лофт-пространства, инкубаторы.
- Функции и преимущества кластеров: синергия, обмен знаниями, доступ к ресурсам.
- Ключевые сферы экономики в кластерах: искусство, дизайн, медиа, IT, образование.
- Современные требования к организации рабочего пространства для креативных команд.
- Особенности управления проектами и организации труда в креативных кластерах (самозанятость, фриланс).

Тема 7. Управление опытом потребителей креативных индустрий

- Создание портрета потребителя (Customer Persona) в креативных индустриях. Роль трендсеттеров.
- Концепция Customer Journey Map (карта пути клиента) и ее применение.
- Ключевые факторы привлечения и удержания клиентов: «дух места», качество сервиса, цена, персонализация, вовлечение.
- Цифровые инструменты для анализа и улучшения потребительского опыта (CRM, аналитика соцсетей, обратная связь).
- Создание сообщества вокруг бренда или продукта.

Тема 8. Экосистемы поддержки креативных проектов

- Обзор механизмов поддержки: государственные гранты, венчурные фонды, бизнес-ангелы.
- Краудфандинг и краудинвестинг как инструменты привлечения финансирования.
- Роль бизнес-инкубаторов, акселераторов и центров поддержки предпринимательства.
- Нетворкинг и менторство: как выстраивать сеть полезных контактов.
- Подготовка и презентация проекта (питчинг) для инвесторов и грантовых конкурсов.

6.2. Планы практических (семинарских) занятий (8 часов)

Практическое занятие № 1.

Тема: Концепции креативных индустрий

- **План:**
 1. Обсуждение истории и эволюции понятия «креативные индустрии».

2. Работа в группах: анализ и сравнение различных моделей классификации креативных индустрий (на примере раздаточных материалов).
 3. Дискуссия: ключевые факторы, стимулирующие развитие креативных индустрий в современной России.
 4. Практическое задание: картирование креативного потенциала своего региона или города.
- **Список источников для подготовки:**
 1. Жаров Е. К., Патласов О. Ю. Оценка потенциала развития креативного сектора экономики России // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2017. – № 3 (29). – С. 190–199.
 2. Каменских М. А. Исследование понятия креативных индустрий и оценка их влияния на экономическое развитие России // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 8 (359). – С. 62–68.
 3. Гущина Е. Г., Тарабанова Е. В. Креативные индустрии: новые возможности для развития российских городов и регионов // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. – 2022. – Т. 24, № 1. – С. 91–104.
 4. Хестанов Р. З. Креативные индустрии — модели развития // Социологическое обозрение. – 2018. – Т. 17, № 3. – С. 173–196.
 5. Саблин К. С., Валиева О. В. Креативные индустрии в современной экономике: определение, подходы к измерению // Вопросы теоретической экономики. – 2024. – № 3. – С. 31–49.
 6. Зеленцова Е. В. Творческие индустрии: теории и практики. – М.: Classica-XXI, 2010. – 237 с.

Практическое занятие № 2.

Тема: Креативность и инновационность. Креативный класс

- **План:**
 1. Дискуссия: различия и взаимосвязь понятий «креативность» и «инновационность» на примерах из бизнеса.
 2. Интерактивная работа: анализ цитат экспертов о креативном классе и его роли в развитии современного общества.
 3. Мастер-класс: применение техник развития креативности (например, Design Thinking) для решения бизнес-задачи.
 4. Групповое задание: разработка концепции мероприятия или продукта, направленного на развитие креативного потенциала в вашем городе.
- **Список источников для подготовки:**
 1. Мельниченко В. С. Креативный класс: история концепта и его роль в анализе развития регионов // Социально-гуманитарные знания / Арктика и Север. – 2012. – № 6. – С. 144–153.
 2. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Классика-XXI, 2016. – 421 с.
 3. Джадкинс Р. Искусство креативного мышления. – М.: Азбука-Аттикус, 2016. – 432 с.
 4. Комарова А. М., Маркос Л. Дизайн-мышление в международном бизнесе: практика и тенденции использования в российских и французских компаниях // Российский внешнеэкономический вестник. – 2020. – № 2. – С. 19–32.

5. Сидорок И. Е., Семькин Д. В., Костылева Е. В. Креативность и геймификация как перспективный способ ее развития в предпринимательской деятельности // Креативная экономика. – 2021. – Т. 15, № 9. – С. 3459-3474.
6. Браун Т., Кац Б. Дизайн-мышление в бизнесе. От разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. – 256 с.

Практическое занятие № 3.

Тема: Производственная цепочка и создание креативного продукта

- **План:**

1. Работа с инструментом Business Model Canvas: команды разрабатывают бизнес-модель для предложенного креативного проекта (например, онлайн-школа, бренд одежды, подкаст).
2. Презентация и обсуждение разработанных бизнес-моделей.
3. Анализ кейса: разбор производственной цепочки успешного креативного продукта.
4. Дискуссия: как эффективно управлять креативным капиталом для развития бизнеса.

- **Список источников для подготовки:**

1. Логунцова И. В. Креативные индустрии в РФ: актуальные практики и перспективы развития. – М.: Проспект, 2024. – 111 с.
2. Шаймиева Э. Ш., Гумерова Г. И. Стартапы креативных индустрий: характеристики стартапов, направления программ развития // Креативная экономика. – 2023. – Т. 17, № 5. – С. 1523–1550.
3. Савзиханова С. Э. Инновационная экосистема поддержки предпринимательства // Креативная экономика. – 2016. – № 11. – С. 1415–1422.
4. Шаймиева Э. Ш., Гумерова Г. И., Хакимова Р. Н. Создание экосистемы креативных индустрий: прикладные аспекты менеджмента концепции стартапа // Креативная экономика. – 2024. – Т. 18, № 1. – С. 145–166.
5. Острикова М. В. История развития креативных кластеров в современной культуре: причины и последствия их появления // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. – 2023. – № 7. – С. 142–145.
6. Блэнк С., Дорф Б. Стартап: Настольная книга основателя. – М.: Альпина Паблишер, 2021. – 624 с.

Практическое занятие № 4.

Тема: Движущие силы и кластеры креативных индустрий

- **План:**

1. Анализ кейса государственной стратегии развития креативных индустрий в РФ до 2030 года.
2. Дискуссия: противоречие между коммерциализацией и искусством – как найти баланс?
3. Проектирование в группах: разработка концепции креативного кластера для конкретной территории, учитывая ее специфику (промышленная зона, исторический центр и т.д.).

4. Обсуждение особенностей труда (фриланс, самозанятость) и требований к организации пространства в современных креативных хабах.
- **Список источников для подготовки:**
 1. Казанская Н. Н. Развитие креативных индустрий в современных условиях // Управленческий учет. – 2022. – № 7. – С. 46–51.
 2. Василенко Л. А., Богданова Л. В., Каримова И. Ю. Креативная экономика и креативные кластеры в развитии территории: анализ российских практик // Проблемы развития территории. – 2024. – Т. 28, № 1. – С. 61–77.
 3. Шаймиева Э. Ш. Подходы к исследованию креативных индустрий для управления в цифровой экономике // Russian Journal of Economics and Law. – 2023. – № 1. – С. 63–89.
 4. Морданов М. А. Креативные индустрии как драйвер экономического роста // Креативная экономика. – 2021. – № 10. – С. 3725–3740.
 5. Каверина Н. А., Гретченко А. И., Гретченко А. А. Современное развитие креативных индустрий в России (опыт столицы и регионов) // Вестник СГСЭУ. – 2019. – № 1 (75). – С. 58–64.
 6. Гнедовский М. Б. Креативные индустрии: стратегия для России // Неприкосновенный запас. – 2018. – № 3. – С. 45–56.

Практическое занятие № 5.

Тема: Сравнительный анализ развития креативных индустрий и управление опытом потребителей

- **План:**
 1. Работа в группах: сравнительный анализ программ поддержки креативного бизнеса в России и одной из зарубежных стран (на основе кейсов).
 2. Презентация результатов и обсуждение возможностей адаптации зарубежного опыта.
 3. Практическое задание: разработка «портрета потребителя» (Customer Persona) для выбранного креативного продукта.
 4. Мозговой штурм: как улучшить «дух места» и сервис для повышения лояльности клиентов в креативном пространстве (кафе, коворкинг, галерея).
- **Список источников для подготовки:**
 1. Жупарова А. С., Нусюпаева А. А. Сравнительный анализ развития креативных индустрий в Китае и Великобритании // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. – 2020. – № 3 (35). – С. 46–53.
 2. Бунеев Т. П., Зайончковский А. И. Развитие национальных креативных индустрий: сравнение зарубежного и отечественного опыта // Россия: общество, политика, история. – 2023. – № 1 (6). – С. 102–121.
 3. Пашин К. А. Определение и классификация креативных индустрий в России: теоретический анализ // Естественно-гуманитарные исследования. – 2025. – № 3 (59). – С. 425–431.
 4. Абанкина Т. В., Мацкевич А. В., Романова В. В. Креативные индустрии в условиях пандемии COVID-19 // Экономика. Налоги. Право. – 2022. – Т. 15, № 2. – С. 38–51.

5. Смольянова И. В. Развитие креативных индустрий как перспективный инструмент региональной социально-экономической политики // Креативная экономика. – 2022. – № 3. – С. 3771–3784.
6. Левченко И. И. Креативная индустрия как основа «креативной экономики»: зарубежный инновационный опыт // Концепт. – 2015. – Т. 13. – С. 1881–1885.

Практическое занятие № 6.

Тема: Креативные индустрии и творческие кластеры

- **План:**

1. Анализ деятельности успешного творческого кластера: разбор структуры и территориальной организации.
2. Дискуссия о функциях и преимуществах кластеров (синергия, обмен знаниями, доступ к ресурсам). Оценка их влияния на развитие креативного бизнеса.
3. Проектирование в группах: разработка концепции креативного кластера для выбранной территории (например, заброшенная промышленная зона или городской парк) с учетом современных требований к рабочему пространству для креативных команд.
4. Обсуждение особенностей управления проектами и организации труда в кластерах.

- **Список источников для подготовки:**

1. Боос В. О., Гершман М. А., Куценко Е. С. (2021). Креативные специализации российских городов. - М.: ВШЭ, 2021. - 42 с.
2. Зеленцова Е. В., Мельвиль Е. Х. Развитие творческих индустрий в России: проблемы и перспективы // Культурологический журнал. – 2011. – № 4 (6). – С. 54–58.
3. Бусалова А. Д. Креативный кластер или творческая бизнес-экосистема? // Креативная экономика. – 2021. - Т. 15, № 11. - С. 4215–4224.
4. Щавлева А. С. Креативные индустрии как драйвер развития территории // Вестник ПГИК. – 2023. – № 1. – С. 112–120.
5. Войтова Л. А. Творческие кластеры за рубежом и в России. Методология, опыт, перспективы. – М. : КноРус, 2023. – 230 с.
6. Абанкина Т. В. Креативная экономика в России: новые тренды // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2022. – № 2 (54). – С. 222–229.

Практическое занятие № 7.

Тема: Управление опытом потребителей креативных индустрий

- **План:**

1. Дискуссия: кто такие трендсеттеры и какова их роль в формировании спроса на креативные продукты?
2. Работа в группах: анализ кейса успешного креативного пространства (например, культурного центра или модного мероприятия). Участники выявляют ключевые факторы привлечения аудитории («дух места», сервис, цена, персонализация).
3. Практическое задание: разработка Customer Journey Map (карты пути клиента) для собственного или учебного проекта.

4. Мозговой штурм: как создать и развить лояльное сообщество вокруг креативного бренда с помощью цифровых инструментов (соцсети, email-маркетинг, программы лояльности).
- **Список источников для подготовки:**
 1. Котлер Ф., Картаджайя Х., Сетиаван А. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. – М.: Эксмо, 2019. – 224 с.
 2. Миллер Д. Метод StoryBrand: Расскажите о своем бренде так, чтобы в него влюбились. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – 232 с.
 3. Сенаторов А.А. Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных сетях. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – 160 с.
 4. Браун П. Эстетический интеллект. Как его развивать и использовать в бизнесе и жизни. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2024. – 320 с.
 5. Шершень И. В., Емельянова О. Я. Развитие креативных индустрий в контексте экономики впечатлений // Регион: системы, управление, экономика. – 2023. - № 2. – С. 146-153.
 6. Антошина К. А. Персонализация в маркетинговых стратегиях в креативной сфере гастрономии // Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. – 2023. – № S2. – С. 17–22.

Практическое занятие № 8.

Тема: Экосистема поддержки креативных проектов

- **План:**
 1. Обзор и анализ реальных грантовых программ для креативных предпринимателей (Президентский фонд культурных инициатив, региональные субсидии и др.).
 2. Практическая работа: заполнение основных разделов шаблона заявки на грант для собственного или учебного проекта.
 3. Ролевая игра: «Питчинг перед инвестором». Участники презентуют свои проекты, получают обратную связь от группы и преподавателя.
 4. Разработка индивидуального плана по взаимодействию с экосистемой поддержки: какие фонды, инкубаторы и менторы могут быть полезны для конкретного проекта.
- **Список источников для подготовки:**
 1. Бабушкин А. Эффективный нетворкинг. Как прокачать полезные связи для успеха в бизнесе и жизни. – М.: Ridero, 2020. – 142 с.
 2. Абузярова М. И. Экосистемный подход к развитию креативных кластеров // Экономика, предпринимательство и право. – 2023. – Т. 13, № 6. – С. 1759–1770.
 3. Новиков С. В., Макиева И. В. Развитие креативной сети региона в рамках экосистемного подхода // Мир новой экономики. – 2024. – Т. 18, № 3. – С. 148–158.
 4. Чернов М. Из связей – в князи, или Современный нетворкинг по-русски. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 141 с.
 5. Платонова Н.А., Вапнярская О.И., Ривчун Т.Е. Практики поддержки креативных индустрий на региональном уровне // Вестник государственного управления. - 2024. - № 3. С. 187–210.

6. Казакова М. В. Европейский опыт продвижения кросс-инновационных проектов как важнейшего направления развития творческих индустрий // Вопросы инновационной экономики. – 2022. – Т. 12, № 3. – С. 1923-1940.

VII. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СЛУШАТЕЛЕЙ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Самостоятельная работа слушателей (8 часов) направлена на углубленное изучение теоретического материала, работу с рекомендованными источниками и кейсами, а также с разработкой итогового бизнес-проекта.

Кейс № 1. "Анимационный кластер Хабаровского края"

- **Ситуация:** В Хабаровском крае, регионе с суровым климатом и удаленностью от культурных центров, творческая индустрия долгое время оставалась слабо развитой. Местные аниматоры и дизайнеры работали разрозненно, часто уезжая в крупные города из-за отсутствия ресурсов. В 2021 году инициативная группа решила создать анимационный кластер, чтобы объединить таланты и позиционировать анимацию как часть креативных индустрий региона. Проект столкнулся с препятствиями: власти не видели в анимации экономического потенциала, бюджет был ограничен, а профессиональное сообщество разобщено.
- **Решение:** Организация обратилась за поддержкой в Президентский фонд культурных инициатив, сделав акцент на локальной идентичности (анимация на темы природы Дальнего Востока, коренных народов). После получения гранта в размере 5 миллионов рублей была создана онлайн-платформа "Картунизация Хабаровского края" с портфолио талантов и мастер-классами. Под физическое пространство был арендован и переоборудован бывший кинотеатр. Были запущены ежемесячные фестивали анимации для презентации проектов и привлечения бизнес-партнеров, а также образовательная программа для школьников.
- **Результат:** Создано 15 новых рабочих мест, регион стал приобретать известность как анимационный хаб.
- **Уроки:** Правильное позиционирование проекта в рамках креативных индустрий помогает привлекать грантовое финансирование; опора на локальный контекст и историю усиливает экономический потенциал региональных проектов.
- **Задание:**
 1. Выделите ключевые этапы развития кластера (идея, фандрайзинг, создание инфраструктуры, развитие сообщества).
 2. Предложите 2-3 способа повышения осведомленности о потенциале анимации в регионе.
 3. Составьте краткую классификацию креативных индустрий, релевантных для Хабаровского края, и обоснуйте свой выбор.

Кейс № 2. "Креативный подход в Synergy University"

- **Ситуация:** Университет "Синергия", известный бизнес-программами, столкнулся с необходимостью адаптировать обучение для подготовки специалистов креативного класса (дизайнеров, маркетологов). Студенты факультета "Дизайн и реклама" демонстрировали шаблонное мышление, а выпускники были недостаточно

конкурентоспособны на рынке, требующем инноваций. Отмечалась низкая мотивация к экспериментам и разрыв между теорией и практикой.

- **Решение:** Внедрен экспериментальный курс "Креативные технологии" с использованием геймификации (соревнования по созданию рекламных роликов) и ТРИЗ (Теория решения изобретательских задач). Курс включал онлайн-лекции экспертов, в том числе с разбором идей Ричарда Флориды о креативном классе. Студенты работали над реальными проектами, например, разработали кампанию для местного бренда одежды, что привело к контракту на 500 тысяч рублей.
- **Результат:** Вовлеченность студентов повысилась, а зарплаты выпускников курса выросли на 20% выше средней по РФ.
- **Уроки:** Креативность - это навык, который развивается через практику и решение реальных задач; интеграция креативного образования в вузы может стать драйвером инноваций для территорий.
- **Задание:**
 1. Выделите 2-3 техники из кейса (геймификация, ТРИЗ) и опишите, как они помогают преодолеть шаблонное мышление.
 2. Предложите еще одну технику развития креативности для студентов, основываясь на данном кейсе.
 3. Обсудите, как развитие креативного класса может повлиять на экономику вашего региона.
 4. Подготовьте 1-минутную презентацию с предложениями для внедрения в образовательный процесс.

Кейс № 3. "Кластер 'Фабрика'" (Москва)

- **Ситуация:** Креативный кластер "Фабрика" был основан на территории заброшенной текстильной фабрики. В 2010 году инвесторы решили трансформировать это пространство в центр для креативных индустрий, включая арт-галереи, дизайн-студии и медиа. Проект столкнулся с рядом проблем: нехватка финансирования тормозила реализацию идей, а у многих талантливых резидентов отсутствовал опыт командной работы, что снижало их креативный капитал. Кроме того, управление временем в нелинейных творческих проектах было неэффективным, что приводило к срывам сроков и отпугивало потенциальных арендаторов.
- **Решение:** Для решения финансовых проблем были привлечены гранты от московских фондов развития на сумму около 10 миллионов рублей. Процесс генерации идей структурировали с помощью регулярных «креативных сессий» и внедрения **Business Model Canvas**, что помогло командам четко определять ценностные предложения. Производственные задачи частично передали на аутсорсинг фрилансерам, что сократило издержки на 15%. Для управления временем ввели гибкую систему с еженедельными планами и контрольными точками. Креативный капитал наращивали через образовательные программы и мастер-классы от успешных резидентов.
- **Результат:** Кластер стал прибыльным, увеличив добавленную стоимость продуктов резидентов на 30% и привлекая более 200 новых участников ежегодно.

- **Уроки: Креативный капитал** является ключевым фактором для реализации идей; **нелинейный менеджмент** с гибкими этапами помогает минимизировать риски в производственной цепочке.
- **Задание:**
 1. Опишите 3 ключевых этапа производственной цепочки, которые были улучшены в кластере.
 2. Предложите один дополнительный способ повышения креативного капитала резидентов (например, через менторскую программу или совместные проекты).
 3. Составьте краткий план управления временем (на 1 месяц) для одного творческого проекта (например, подготовки арт-выставки), используя принципы из кейса.
 4. Подготовьте 1-минутную презентацию с вашим планом и выводами.

Кейс № 4. "Фестиваль креативных индустрий «Креспектива Фест» (Калининград)

- **Ситуация:** В 2022 году фонд "Сделано в Калининграде" инициировал фестиваль "Креспектива Фест" с целью продвижения арта, медиа и дизайна. Проект столкнулся с вызовами: нехватка опытных специалистов (низкий **человеческий капитал**), **противоречие** между необходимостью коммерциализации и желанием сохранить художественную ценность, а также высокая зависимость от **аутсорсинга** из-за отсутствия локальных ресурсов. Местные компании относились к участию скептически, что ставило под угрозу долгосрочное развитие фестиваля.
- **Решение:** Фонд запустил акселератор с грантовым фондом в 3 миллиона рублей, отобрав 10 перспективных проектов и пригласив менторов из Москвы. Противоречие "искусство vs. коммерция" решили путем разделения зон: бесплатные для публики экспозиции и платные мастер-классы, 20% прибыли от которых реинвестировалось в развитие. Аутсорсинг видеографов и дизайнеров через онлайн-платформы помог увеличить охват аудитории на 40%. Фестиваль успешно интегрировал местный бизнес через совместные акции, что повысило продажи креативных товаров на 25%.
- **Результат:** Фестиваль обеспечил себе стабильное финансирование на следующий год и стал важным событием для региона.
- **Уроки:** Противоречия могут стать **двигателем роста**, если найти сбалансированное решение; аутсорсинг усиливает проекты, а развитие человеческого капитала - ключ к устойчивости.
- **Задание:**
 1. Назовите 2-3 ключевые движущие силы развития, продемонстрированные в кейсе.
 2. Предложите еще один способ решения противоречия между искусством и коммерцией для подобного фестиваля.
 3. Оцените роль аутсорсинга в успехе проекта и предложите одну альтернативу или улучшение этого подхода.
 4. Подготовьте 1-минутную презентацию с анализом кейса и вашими рекомендациями.

Кейс № 5. "Агентство креативных индустрий Москвы"

- **Ситуация:** Созданное в 2018 году Агентство креативных индустрий (АКИ) Москвы стремилось адаптировать успешные зарубежные модели (например, британскую и американскую) для поддержки сектора. Однако российская **культурная политика** отличалась: господдержка была фрагментарной, а традиционные культурные фонды с трудом переходили от поддержки чистого искусства к коммерчески ориентированным креативным услугам. Агентство столкнулось с нехваткой рыночных данных и сложностями адаптации иностранных практик к локальным реалиям.
- **Решение:** АКИ применило гибридный подход: из канадского опыта была взята модель грантов для стартапов, а из китайского - подход к созданию кластеров. Были запущены акселераторы для более чем 100 компаний, а государство предоставило льготные кредиты, что привлекло около 200 малых предприятий. Для продвижения услуг на **экспорт** были организованы международные питч-сессии, что увеличило экспорт на 15% за пять лет.
- **Результат:** АКИ удалось создать работающую модель поддержки, сочетающую государственные инициативы и бизнес-подходы, что ускорило интеграцию креативного сектора в экономику города.
- **Уроки:** Сравнительный анализ показывает, что гибридные модели поддержки (государство + бизнес) наиболее эффективны; успешный российский опыт сочетает адаптацию глобальных трендов с локальными программами.
- **Задание:**
 1. Выделите 2-3 ключевых отличия в подходах к поддержке креативных индустрий между Россией и одной из стран, упомянутых в кейсе.
 2. Предложите одну конкретную адаптацию успешного иностранного опыта, которая могла бы быть полезна для вашего региона.
 3. Оцените эффективность акселераторов АКИ и предложите одно улучшение для их программы.
 4. Подготовьте 1-минутную презентацию с анализом и идеей для развития экспорта креативных услуг из вашего региона.

Кейс № 6. "Арт-кластер 'Ткачи'" (Санкт-Петербург)

- **Ситуация:** В 2016 году заброшенную ткацкую фабрику в Санкт-Петербурге начали трансформировать в арт-кластер "Ткачи" для дизайнеров, медиа-студий и IT-стартапов. Основными проблемами стали высокая стоимость реконструкции и высокие **требования к рабочему пространству** (студии с естественным светом, коворкинги, выставочные зоны). Сложности добавляли и **особенности труда** резидентов: фрилансеры предпочитали удаленную работу, а команды требовали изолированных офисов, что мешало формированию единого **сообщества**.
- **Решение:** Инвесторы привлекли гранты от городской администрации на сумму 15 миллионов рублей. В ходе реконструкции были созданы лофт-пространства, коворкинги и арт-резиденции с конкурсным отбором. Для привлечения фрилансеров были организованы фуд-корт и зоны отдыха, что увеличило их присутствие на 60%. Для команд предоставили конференц-залы, а для формирования сообщества стали проводить регулярные нетворкинг-мероприятия и фестивали.
- **Результат:** Кластер привлек более 500 резидентов, оказав значительное положительное влияние на экономику района.

- **Уроки:** Креативные кластеры, организованные по принципу «город в городе», эффективно решают проблемы организации труда; гибкие условия для фрилансеров усиливают творческий потенциал всего пространства.
- **Задание:**
 1. Опишите 2-3 ключевых требования к рабочему пространству, которые были учтены в кластере "Ткачи".
 2. Предложите один новый сервис или мероприятие для улучшения условий работы фрилансеров в кластере.
 3. Разработайте концепцию нового тематического сообщества внутри "Ткачей" (например, для IT-специалистов или музыкантов).
 4. Подготовьте 1-минутную презентацию с вашей идеей и ее обоснованием.

Кейс № 7. "Moscow Fashion Week" (Москва)

- **Ситуация:** Moscow Fashion Week (MFW) стремилась укрепить свой бренд, ориентируясь на **трендсеттеров** - молодую и платежеспособную аудиторию. Однако посетители жаловались на плохой сервис: отсутствие Wi-Fi, неудобный доступ и недостаток «духа места» в стандартных выставочных залах. Баланс между высокой ценой билетов и качеством мероприятия был нарушен, а статичность пространства не отвечала запросам аудитории на персонализацию, что снижало лояльность.
- **Решение:** Организаторы выбрали локацию с исторической атмосферой (Музей Москвы), обеспечили круглосуточный доступ для участников, бесплатный Wi-Fi и зарядные станции. «Дух места» создали с помощью арт-инсталляций от местных дизайнеров. **Персонализацию** реализовали через интерактивное голосование за показы, предоставляя победителям эксклюзивные места. Сервис был улучшен за счет велопарковок и VIP-гидов.
- **Результат:** Несмотря на повышение цены на билеты, посещаемость выросла на 30%, а лояльность аудитории - на 25%.
- **Уроки:** Такие **факторы привлечения**, как «дух места» и персонализация, создают высокую вовлеченность; трендсеттеры играют ключевую роль в вирусном продвижении события.
- **Задание:**
 1. Выделите 2-3 ключевых фактора привлечения потребителей, которые были успешно использованы в кейсе.
 2. Предложите одно улучшение для потребительского опыта на MFW (например, новый цифровой сервис или интерактивный элемент).
 3. Опишите портрет типичного трендсеттера для этого мероприятия и объясните его роль в успехе MFW.
 4. Подготовьте 1-минутную презентацию с вашим анализом и идеями.

Кейс № 8. "Московский кластер видеоигр и анимации"

- **Ситуация:** В 2024 году Агентство креативных индустрий Москвы (АКИ) запустило кластер для поддержки стартапов в сфере видеоигр и анимации. Молодые компании сталкивались с серьезными барьерами: ограниченный доступ к рынкам, отсутствие **менторской поддержки** и высокий процент отказов по **заявкам на гранты** из-за слабой проработки. Стартапам было сложно конкурировать с иностранными гигантами и интегрироваться в существующую **экосистему поддержки**.

- **Решение:** АКИ организовало акселератор для 30 студий с грантовым фондом в 10 миллионов рублей и привлекло менторов из крупных игровых компаний. Программа включала обучение бизнес-моделированию и питч-сессии с инвесторами. Интеграция с платформой RuStore обеспечила стартапам доступ к многомиллионной аудитории. Были введены стандартизированные шаблоны заявок на гранты, что снизило процент отказов на 40%. Регулярные нетворкинг-мероприятия помогли 15 стартапам найти партнеров.
- **Результат:** Кластер создал эффективную систему поддержки, которая позволила стартапам ускорить свой рост и успешно выйти на рынок.
- **Уроки:** Комплексная экосистема (гранты + менторы + доступ к рынку) является мощным ускорителем роста; четкая структура заявки на финансирование многократно повышает шансы на успех.
- **Задание:**
 1. Назовите 2-3 ключевых элемента экосистемы поддержки, которые оказались наиболее эффективными в этом кейсе.
 2. Разработайте краткую структуру (основные разделы) заявки на грант для игрового стартапа, основываясь на уроках кейса.
 3. Предложите один способ улучшения менторской поддержки в кластере (например, формат встреч или систему подбора менторов).
 4. Подготовьте 1-минутную презентацию с вашим планом интеграции нового стартапа в подобную экосистему.

VIII. ФОРМЫ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Программа дополнительного образования предусматривает единственную форму итогового контроля - **Защиту бизнес-проекта** (Итоговая аттестационная работа).

Итоговая аттестационная работа выполняется индивидуально в форме проектной работы, которая должна быть сквозной и отражать все этапы курса. Цель проекта - разработка креативного бизнес-проекта от идеи до плана монетизации и масштабирования.

8.1. Требования к итоговой аттестационной работе

К итоговой аттестации допускаются слушатели, выполнившие все практические задания, интегрированные в модули программы. Слушатель предоставляет результат выполненной работы в формате презентации (питча), который должен демонстрировать освоение всех 10 профессиональных компетенций.

Содержание презентации – проекта (ключевые разделы):

1. **Титульная страница** с названием проекта.
2. **Идея и Концепция проекта:** Обоснование инновационности (ПК-4), анализ рынка и целевой аудитории (ПК-8).
3. **Бизнес-модель и Производство:** Разработанная модель (BMC, ПК-9), производственная цепочка, технологическое обеспечение (ПК-5, ПК-10).
4. **Финансы и Поддержка:** Финансовый план, определение источников финансирования, анализ мер поддержки (ПК-1, ПК-3).
5. **Маркетинг и Масштабирование:** Стратегия цифрового продвижения, нетворкинг, потенциал экспорта (ПК-6).

8.2. Критерии оценивания итоговой аттестационной работы

Оценка качества освоения программы основывается на комплексной оценке итогового проекта, что обеспечивает проверку всех заявленных профессиональных компетенций.
Критерии оценивания итоговой аттестационной работы

Критерий	Показатели выполнения	Баллы (мин/макс)
I. Концепция и творческий потенциал (ПК-4, ПК-8)	Четкость идеи, ее инновационность и обоснование высокой добавленной стоимости (ПК-4). Качество анализа рынка и потребительских предпочтений (ПК-8).	0–3
II. Бизнес-моделирование и план (ПК-9, ПК-10)	Качество разработанной бизнес-модели (ВМС) и реалистичность производственной цепочки. Определение требуемого креативного капитала. Создание условий для производства (ПК-10).	0–3
III. Финансы и инфраструктура (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-7)	Наличие реалистичного финансового плана. Анализ мер поддержки (ПК-3). Оценка рисков и соответствие региональной специфике (ПК-2). Выбранная инфраструктура (кластеры/самозанятость, ПК-7).	0–3
IV. Маркетинг и масштабирование (ПК-5, ПК-6, ПК-8)	Разработанная стратегия цифрового продвижения (SMM, PR, внедрение цифровых технологий, ПК-5). Определены каналы сбыта	0–3

	и потенциал международного сотрудничества (ПК-6).	
V. Оформление и защита	Своевременность сдачи работы и качество презентации (навыки питча).	0–2
	Итого	0–14

Оценка «отлично» ставится, если слушатель набрал 13–14 баллов.

Оценка «хорошо» ставится, если слушатель набрал 10–12 баллов.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если слушатель набрал 7–9 баллов.

Допуском к защите является получение не менее 7 баллов за итоговую аттестационную работу. Защита может осуществляться в синхронном формате (перед экспертной комиссией) или в асинхронном формате (в виде видеопрезентации/скринкаста).

IX. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Материально-технические условия реализации рабочей программы сформировано с учетом требований Приказа Минобрнауки РФ от 24.03.2025 № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам», СанПиН СП 1.2.3685-21, норм пожарной и электробезопасности, а также специфики целевой аудитории (начинающие предприниматели и специалисты креативных индустрий). Ресурсы обеспечивают создание развивающей среды, ориентированной на деятельностный подход: комбинацию лекций, практических занятий, самостоятельной работы и проектной деятельности.

Условия адаптированы для реализации всех модулей, включая генерацию идей, бизнес-моделирование, анализ кейсов и защиту проектов. Обновление ресурсов предусмотрено на ежегодной основе с учетом обратной связи от участников.

1. Характеристика учебного помещения

Обучение проводится в специализированном учебном кабинете (площадь 36,3 м²) в Центре креативных индустрий АНО МФК «РРАПП», оснащенный для групповых и индивидуальных занятий. Помещение имеет естественное и искусственное освещение, вентиляцию и доступ к Wi-Fi.

2. Материально-технические ресурсы

Ресурсы распределены для обеспечения полного цикла обучения: от теоретических лекций до практической разработки проектов. Минимальные нормы: 1 компьютер на 2 участника для групповой работы; проектор для демонстрации слайдов.

№ п/п	Наименование ресурса	Количество	Назначение	Тип комплектации
1	Компьютеры (стационарные ПК с процессором Intel Core i5 или эквивалент, 16 ГБ ОЗУ, SSD 1 ТБ, видеокарта 8 ГБ)	8 шт.	Моделирование бизнес-идей (Figma, Blender), работа с кейсами, подготовка презентаций	ПО предустановлено
2	Столы (2-местные, регулируемые по высоте, 100х60 см)	10 шт.	Организация фронтальной, парной и групповой работы; размещение компьютеров и раздаточных материалов	1 на участника
3	Стулья (эргономичные, с регулировкой)	10 шт.	Комфорт во время длительных практик (мозговой штурм, дизайн-мышление)	1 на участника
4	Проектор (Full HD, 3000 люмен) с экраном	1 шт.	Демонстрация лекций, кейсов, видео; презентации проектов	1 на класс
5	Принтер/МФУ (лазерный, цветной, А4)	1 шт.	Печать шаблонов (BMC, Customer Persona), раздаточных материалов	1 на класс
6	Доска маркерная (2х1 м) с маркерами и стерками	1 шт.	Фиксация идей на семинарах, рисование mind-map	1 на класс
7	Раздаточные материалы: шаблоны BMC, Customer Journey Map, флипчарты	до 10 комплектов	Практические занятия; самостоятельная работа	1 на участника

3. Программно-технические ресурсы

- **Базовое ПО:** LibreOffice (для документов, таблиц финансового планирования – ПК-3); предустановлено на всех компьютерах.
- **Специализированное ПО:** Figma (для визуализации бизнес-моделей, прототипирования продуктов); Blender (для 3D-моделирования креативных продуктов).
- **Онлайн-платформы:** Miro (для совместной работы над картами идей, бесплатно для групп); Canva Pro (визуализация презентаций, доступ через подписку центра); Trello (управление проектами, бесплатно).

- **Доступ к ресурсам:** Высокоскоростной интернет для поиска кейсов, вебинаров (YouTube, Coursera); облачное хранение (Google Drive, 100 ГБ на группу).

4. Информационно-методические ресурсы

- Для преподавателей: Методические пособия, сборники кейсов (электронные версии в методическом кабинете).
- Для участников: электронная библиотека (eLIBRARY.ru, CyberLeninka) с доступом к источникам из раздела VI; видеоуроки по design thinking (TED Talks).

5. Профессорско-преподавательский состав

Реализация программы повышения квалификации будет обеспечиваться с привлечением преподавателей, имеющих профессиональное образование и обладающих надлежащими компетенциями.

X. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Учебно-методическое обеспечение программы «Основы креативного предпринимательства» включает комплекс материалов, методик и инструментов для достижения заявленных компетенций (ПК-1 – ПК-10). Оно ориентировано на практико-ориентированный подход, интегрируя теорию с реальными кейсами и проектами. Материалы разработаны обновляются ежегодно на основе анализа эффективности (опросы участников, экспертная оценка).

1. Учебные материалы

- **Учебно-методические комплекты (УМК):**
 - Основной учебник: Ахметшина Л.Г. Бизнес-проектирование в креативных индустриях: учебник для вузов / Л.Г. Ахметшина, Е.М. Григорьева, Е.Н. Капура [и др.]. – М.: Дашков и К, 2024.
 - Дополнительные: приведены в списках источников в разрезе тем модуля.
- **Раздаточные пособия:** Шаблоны Business Model Canvas, Customer Persona, SWOT-анализ (до 10 комплектов, PDF + печать); методички по техникам (design thinking, ТРИЗ) – 1 на участника.
- **Электронные ресурсы:**
 - Платформа Moodle: Модульные тесты, видео-лекции, интерактивные кейсы.
 - Открытые базы: eLIBRARY.ru; Coursera – курс «Creative Entrepreneurship» (бесплатно, 10 ч. для СРС).

2. Методические материалы для преподавателей и участников

- **Программы занятий:** Детализированные планы лекций и практик.
- **Методические рекомендации:** Сборник кейсов (8 кейсов с заданиями); чек-листы для проектов.
- **Визуальные пособия:** Слайды PowerPoint/Keynote; инфографика по креативным индустриям (Figma-файлы для редактирования).

3. Контрольные и диагностические материалы

- **Итоговый контроль:** Критерии защиты проекта (таблица баллов); шаблон презентации (10 слайдов, Canva).

- **Диагностика:** Входная анкета (креативный потенциал, Беккер-тест); выходная – самооценка компетенций.

4. Дополнительные ресурсы

- **Практические инструменты:** Доступ к Canva Pro (визуализация), Trello (проекты) – через аккаунты центра.
- **Библиографический список:** 50 источников.