

Учреждение образования  
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор БГУКИ

 Н.В. Карчевская  
« 31 » / октября 2025 г.  
Регистрационный № УД- 444 /эуч.

## **КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ: МИРОВОЙ ОПЫТ**

*Учебная программа учреждения образования по учебной дисциплине для специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям), направления специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная), специализаций: 1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных культурных связей, 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и общественных связей*

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 1-21 04 01-2021 по специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям), утвержденного постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 12.04.2022 № 78, учебного плана по специализации 1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных культурных связей, рег. № D21-1-96/24уч., от 02.07.2024, учебного плана по специализации 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и общественных связей, рег. № D21-1-96/24уч., от 02.07.2024.

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

*А.И. Гурченко*, доцент кафедры межкультурных коммуникаций и рекламы учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат искусствоведения, доцент

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

*О. В. Якобсон*, директор государственного учреждения культуры смешанного типа «Республиканский центр национальных культур»;

*Ю. Г. Балодис*, доцент кафедры менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат культурологии, доцент

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

*кафедрой* межкультурных коммуникаций и рекламы учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 11 от 28.08.2025);

*президиумом* научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 1 от 22.10.2025).

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Креативные индустрии: мировой опыт» направлена на формирование у студентов специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям), направления специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная), специализаций 1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных культурных связей и 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и общественных связей представления об особенностях креативных индустрий как одного из секторов современной экономики.

Учебная дисциплина имеет межпредметные связи с учебными дисциплинами «Менеджмент в сфере культуры», «Маркетинг в социально-культурной сфере» и «Территориальный брендинг».

*Цель учебной дисциплины* – формирование у студентов системных знаний о специфике развития креативных индустрий как нового сектора мировой экономики.

*Задачи учебной дисциплины:*

- ознакомить студентов с историей креативных индустрий;
- сформировать у обучающихся понимание специфики креативных индустрий как нового сектора экономики;
- обеспечить студентов знаниями о зарубежном и отечественном опыте развития креативных индустрий.

Изучение учебной дисциплины «Креативные индустрии: мировой опыт» должно обеспечить формирование у студентов специализированной компетенции СК-23 – использовать знания теории и практики организации креативных индустрий, принципы и технологии организации и продвижения творческих индустрий и культурных кластеров.

По окончании изучения учебной дисциплины студенты *должны знать:*

- ключевые понятия, связанные с креативными индустриями как новым сектором экономики;
- характерные особенности креативных индустрий;
- субсекторы креативных индустрий;
- специфику зарождения и становления креативных индустрий;
- современные тенденции развития креативных индустрий;
- значение креативных индустрий в стратегическом развитии городов и регионов;

*уметь:*

- анализировать основные проблемы развития креативных индустрий;
  - определять специфику субсекторов креативных индустрий;
  - анализировать зарубежный и отечественный опыт развития креативных индустрий;
  - оценивать стратегии развития креативных индустрий;
- владеть навыками:*

- использования категориально-понятийного аппарата в сфере креативных индустрий;
- картирования территории как исследовательского инструментария креативных индустрий.

В рамках образовательного процесса по учебной дисциплине студент должен не только приобрести теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развить свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной и социально-культурной жизни страны.

В соответствии с учебным планом специализации 1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных культурных связей студентам дневной формы получения образования на изучение учебной дисциплины «Креативные индустрии: мировой опыт» всего предусмотрено 90 часов, из которых 34 часа аудиторные занятия. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: лекции – 8 часов, семинарские занятия – 6 часов, практические занятия – 20 часов. Для заочной формы получения образования на изучение данной учебной дисциплины всего предусмотрено 90 часов, из них аудиторных занятий – 10 часов. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: лекции – 4 часа, семинарские занятия – 2 часа, практические занятия – 4 часа.

В соответствии с учебным планом специализации 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и общественных связей студентам дневной формы получения образования на изучение учебной дисциплины «Креативные индустрии: мировой опыт» всего предусмотрено 90 часов, из которых 28 часов аудиторные занятия. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: лекции – 8 часов, практические занятия – 20 часов. Для заочной формы получения образования на изучение данной учебной дисциплины всего предусмотрено 90 часов, из них аудиторных занятий – 8 часов. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: лекции – 2 часа, семинарские занятия – 2 часа, практические занятия – 4 часа.

Рекомендуемой формой контроля знаний студентов в рамках текущей аттестации является тест.

Рекомендуемой формой промежуточной аттестации студентов специализации 1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных культурных связей для всех форм получения образования является экзамен. Рекомендуемой формой промежуточной аттестации студентов специализации 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и общественных связей для всех форм получения образования является зачет.

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### ***Тема 1. Введение. Зарождение и становление креативных индустрий***

Цель, задачи и содержание учебной дисциплины. Культурные ресурсы и творчество в контексте новой концепции развития современной экономики. Креативность и предпринимательство.

Значение креативных индустрий в современном мире в условиях глобализации, информатизации и развития цифровой экономики.

Интенсивное развитие технологий в XX в., доступность методов массового тиражирования творческих продуктов. Представители Франкфуртской школы социологии о производстве искусства как предмете массового потребления и коммерческой эксплуатации. Разработка понятия «индустрия культуры», «коммерциализация культуры» в контексте критики усиливающейся массовизации культуры.

Первые опыты регулирования сферы креативных индустрий. Официальные стратегические документы и дорожные карты по развитию креативных индустрий.

### ***Тема 2. Специфика креативных индустрий как нового сектора экономики***

Характерные особенности креативных индустрий: воспроизводимость технологий и продуктов; использование знаний в качестве ключевого средства производства; непредсказуемый характер потребительной стоимости продуктов; междисциплинарность и широкий спектр областей применения; комплексность результатов деятельности; творческое начало и интеллектуальная составляющая как объединяющее начало культурных и бизнес-практик и др.

Задачи креативных индустрий. Субсекторы креативных индустрий. Специфические механизмы ценообразования креативных индустрий. Типы продуктов креативных индустрий. Модели извлечения дохода в креативных индустриях. Креативные индустрии и традиционные культурные институты.

### ***Тема 3. Креативные индустрии в контексте стратегий развития территории***

Креативные индустрии в контексте разрешения кризиса промышленных зон. Решение экономических и социокультурных проблем территории (города, региона).

Составление карты культурных ресурсов территории, определение потребностей и возможностей. Производственная цепочка картирования: стадии, критерии, задачи, методы, факторы, структура карты.

Креативные индустрии как антикризисное средство развития региона. Вклад креативных индустрий в экспортный потенциал регионов, создание новых рабочих мест, диверсификация культурного предложения, ревитализация заброшенных промышленных зон, развитие культурного

туризма, модернизация традиционных культурных институтов. Креативные индустрии в контексте перспектив для привлечения зарубежных инвестиций.

Работы Ч. Лэндри «Креативный город», Р. Флориды «Креативный класс: люди, которые меняют будущее», Д. Хокинса «Креативная экономика» и др. в контексте позиционирования сферы культуры как источника экономического роста и повышения конкурентоспособности городов и регионов.

#### ***Тема 4. Кластер как форма развития креативных индустрий***

Кластер как наиболее оптимальная форма для инновационного развития любой сферы деятельности (от индустрии культурных продуктов до нанотехнологий). Значение кластеризации в контексте взаимодействия творчества и коммерции.

Условия для создания кластеров. Кластерные эффекты. Типы креативных кластеров по пространственной расположенности; количеству акторов; количеству видов экономической деятельности; степени участия в совместной деятельности акторов кластера; степени развития конкурентной среды для акторов; сроку, на который кластер создан; наличию централизованного управления; степени соответствия государственной политике (целевые и инициативные).

Принципы формирования креативного кластера: интеграция и кооперация; функциональная взаимосвязь акторов в процессе реализации экономической деятельности; координация в деятельности акторов; юридическая самостоятельность акторов; создание условий для внедрения результатов интеллектуальной деятельности и научных знаний с минимальными затратами; производство товаров или услуг с высокой добавленной стоимостью; создание дополнительных рабочих мест для экономически эффективного использования творческого капитала; клиентоориентированность продукции производства; локализация кластера (связность между направлениями развития кластера и специализацией определенной территории).

#### ***Тема 5. Зарубежный и отечественный опыт развития креативных индустрий***

Уровень развития мирового рынка креативных индустрий. Американская, скандинавская, азиатская и европейская модели развития креативных индустрий. Вклад креативных индустрий в объем валового внутреннего продукта национальной экономики. Потенциал креативных индустрий для экономического, социального и культурного развития государства.

Практики продвижения креативного продукта. Креативные платформы как катализаторы экономических и социальных изменений в обществе.

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Дневная форма получения высшего образования  
специализация 1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных  
культурных связей**

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия		
1.	Введение. Зарождение и становление креативных индустрий	1	4	2	2	тест
2.	Специфика креативных индустрий как нового сектора экономики	1	4	2	2	проверка результатов практической работы, выступления с докладами и презентациями на семинаре
3.	Креативные индустрии в контексте стратегий развития территории	2	4	2	4	проверка результатов практической работы, выступления с докладами и презентациями на семинаре
4.	Кластер как форма развития креативных индустрий	2	4			
5.	Зарубежный и отечественный опыт развития креативных индустрий	2	4			
Всего...		8	20	6	8	

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Заочная форма получения образования  
специализация 1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных  
культурных связей**

Номер темы	Название темы	Количество часов для дневной формы получения образования	Количество аудиторных часов			Количество часов для самостоятельного изучения учебного материала
			лекции	практические занятия	семинарские занятия	
1.	Введение. Зарождение и становление креативных индустрий	7	0,5	0,5	2	3
2.	Специфика креативных индустрий как нового сектора экономики	7	0,5	0,5		6
3.	Креативные индустрии в контексте стратегий развития территории	8	1	1		6
4.	Кластер как форма развития креативных индустрий	6	1	1		4
5.	Зарубежный и отечественный опыт развития креативных индустрий	6	1	1		4
Всего...		34	4	4	2	23

# УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная форма получения высшего образования  
специализация 1-21 04 01-02 03

Менеджмент рекламы и общественных связей

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия		
1.	Введение. Зарождение и становление креативных индустрий	1	4		2	тест
2.	Специфика креативных индустрий как нового сектора экономики	1	4		2	проверка результатов практической работы, выступления с докладами и презентациями на семинаре
3.	Креативные индустрии в контексте стратегий развития территории	2	4		2	проверка результатов практической работы, выступления с докладами и презентациями на семинаре
4.	Кластер как форма развития креативных индустрий	2	4			
5.	Зарубежный и отечественный опыт развития креативных индустрий	2	4			
Всего...		8	20		6	

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Заочная форма получения образования

специализация 1-21 04 01-02 03

Менеджмент рекламы и общественных связей

Номер темы	Название темы	Количество часов для дневной формы получения образования	Количество аудиторных часов			Количество часов для самостоятельного изучения учебного материала
			лекции	практические занятия	семинарские занятия	
6.	Введение. Зарождение и становление креативных индустрий	5	1	0,5	2	1,5
7.	Специфика креативных индустрий как нового сектора экономики	5	1	0,5		3,5
8.	Креативные индустрии в контексте стратегий развития территории	6		1		5
9.	Кластер как форма развития креативных индустрий	6		1		5
10	Зарубежный и отечественный опыт развития креативных индустрий	6		1		5
Всего...		28	2	4	2	20

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### Литература

#### Основная

1. *Беляцкий, М.П.* Креативный менеджмент : учеб. пособие / М.П. Беляцкий. – Минск : Вышэйшая школа, 2021. – 256 с.
2. *Коленько, С.Г.* Менеджмент в сфере культуры и искусства : учеб. и практикум для академического бакалавриата / С. Г. Коленько. – М. : Юрайт, 2017. – С. 1 – 108, 237 – 360.
3. *Суминова, Т. Н.* Арт-менеджмент: теория и практика : учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства / Т. Н. Суминова. - Москва : Академический проект, 2020. – С. 518-610.

#### Дополнительная

1. *Криштаносов, В. В.* К проблеме типологии креативных индустрий / В. В. Криштаносов // Культура. Наука. Творчество : X Международная научно-практическая конференция (Минск, 12 мая 2016 г.) : сб. науч. ст. / Белорусский государственный университет культуры и искусств, Белорусская государственная академия музыки, Белорусская государственная академия искусств. – Минск, 2016. – [Вып. 10]. – С. 69-73.
2. *Криштаносов, В. В.* Современные культурные индустрии: теоретический аспект / В. В. Криштаносов // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў. – 2016. – № 2 (26). – С. 33-39.
3. *Молчанова, О. П.* Стратегический менеджмент некоммерческих организаций : учебник для бакалавриата и магистратуры / О. П. Молчанова. – М. : Юрайт, 2017. – 260 с.
4. *Смаргович, И. Л.* Креативные кластеры как субъекты развития предпринимательства в сфере культуры и искусства / И. Л. Смаргович // Культура Беларуси: реалии современности : IX Международная научно-практическая конференция, посвященная 45-летию учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (Минск, 8 октября 2020 г.) : сборник научных статей / Белорусский государственный университет культуры и искусств. – Минск, 2020. – С. 391-396.
5. *Чарная, И.В.* Экономика культуры : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Чарная. – 4-е изд. – М. : Юрайт, 2019. – 238 с.

## **Рекомендуемые методы обучения**

Учебной программой «Креативные индустрии: мировой опыт» предусмотрены следующие основные формы обучения – лекции, практические и семинарские занятия, управляемая самостоятельная работа.

При изучении учебной дисциплины возможно использование методов проблемной лекции, лекции-визуализации, лекций с опорным конспектированием, тестирования, дискуссии, ролевых игр, кейс-метода.

### **Перечень рекомендуемых средств диагностики результатов учебной деятельности**

Для итоговой диагностики специализированной компетенции студента специализации 1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных культурных связей по учебной дисциплине «Креативные индустрии: мировой опыт» проводится экзамен. Оценка учебных достижений студента на экзамене осуществляется с учетом активности работы на лекциях, семинарских и практических занятиях, а также с учетом достижений и выполнения им контролируемой и управляемой самостоятельной работы.

Для итоговой диагностики специализированной компетенции студента специализации 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и общественных связей по учебной дисциплине «Креативные индустрии: мировой опыт» проводится зачет. Оценка учебных достижений студента на зачете осуществляется с учетом активности работы на лекциях, семинарских и практических занятиях, а также с учетом достижений и выполнения им контролируемой и управляемой самостоятельной работы.

Для оценки достижений студента по учебной дисциплине «Креативные индустрии: мировой опыт» и диагностики формирования специализированной компетенции студента используется следующий инструментарий:

- защита заданий, выполненных студентом на практических занятиях;
- подготовка презентаций по отдельным темам дисциплины;
- устные опросы по отдельным темам в ходе проведения занятий;
- тест;
- экзамен/зачет по учебной дисциплине.

## **Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов**

При изучении учебной дисциплины «Креативные индустрии: мировой опыт» отдельное внимание уделяется самостоятельной работе студентов, которая обеспечивает поиск дополнительной информации, творческий подход к восприятию и осмыслению учебного материала в ходе аудиторных занятий и во внеаудиторное время, а также развивает навыки планирования учебного времени, умения рациональной организации учебного труда.

Самостоятельная работа студентов по учебной дисциплине «Креативные индустрии: мировой опыт» направлена на развитие у обучающихся самостоятельного мышления и способности квалифицированно решать нестандартные профессиональные задачи. Самостоятельная работа заключается в проработке тем теоретического материала, поиске и анализе литературы из учебников, учебно-методических пособий и электронных источников информации по заданной проблеме, выполнению творческих индивидуальных или групповых работ.

Для самостоятельного изучения тем учебной программы студентам предлагается использовать труды профессорско-преподавательского состава учреждений высшего образования сферы культуры и искусств, размещенных в электронных информационных ресурсах открытого доступа, таких как репозитории и электронные библиотеки. Возможно использовать контент электронно-библиотечных систем («Университетская библиотека онлайн», «ЛАНЬ» и др.), научных электронных библиотек (eLIBRARY.RU, КиберЛенинка и др.).

Контроль результатов самостоятельной работы студентов по дисциплине «Креативные индустрии: мировой опыт» может осуществляться как в процессе учебных аудиторных занятий, так и во внеаудиторное время в устной или письменной форме.