

Учреждение образования  
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе БГУКИ

 С.Л. Шпарло

« 16 » декабря 2021 г.

Регистрационный № УД-288 /эуч.

## **КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ: МИРОВОЙ ОПЫТ**

Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине модуля «Менеджмент в сфере культуры за рубежом»  
для специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям),  
направления специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная),  
специализации 1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных культурных  
связей

Учебная программа составлена на основе типового учебного плана по направлению специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная), утвержденного 09.07.2021, регистрационный № D 21-1-011/пр-тип. и учебного плана по специализации 1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных культурных связей, рег. № D21-1-142/21уч. от 22.07.2021

#### **СОСТАВИТЕЛИ:**

*Н. Е. Петушко*, заведующий кафедрой межкультурных коммуникаций и рекламы учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук, доцент;

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

#### **РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

*В. Ф. Мартынов*, заведующий кафедрой культурологии частного учреждения образования «Институт современных знаний им. А. М. Широкова», доктор культурологии, профессор;

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

*Л. К. Кухто*, профессор кафедры культурологии 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 № 4 от 26.11.2021);

*президиумом* научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол №. 2 от 15.12.2021)

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

«Креативные индустрии: мировой опыт» – учебная дисциплина, которая входит в основную часть профессионального цикла подготовки культурологов-менеджеров. В современных условиях для обеспечения эффективной самореализации выпускника высшей школы необходимо готовить не специалиста в узкой сфере производства и управления, а личность, способную к деятельности в различных сферах, осознанно принимающую решения по всему комплексу вопросов производства. В этой связи, в контексте подготовки будущего культуролога-менеджера очевидна актуальность данной учебной дисциплины, нацеленной на выявление специфики креативных индустрий как нового сектора современной экономики во всем многообразии форм их реализации.

Изучение учебной дисциплины «Креативные индустрии: мировой опыт» должно обеспечить формирование у студентов *специализированной компетенции*:

СК-24. Использовать знания теории и практики организации креативных индустрий, принципы и технологии организации творческих индустрий и культурных кластеров.

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

*Задачи учебной дисциплины:*

- закрепление навыков использования систематизированных теоретических и практических знаний и умений при решении социальных и профессиональных задач;
- знакомство студентов с актуальными мировыми тенденциями развития креативных индустрий;
- формирование навыков поиска и анализа информации, систематизации и комплексного анализа материала по проблематике;
- выработка навыков продвижения местных, региональных и республиканских достижений в области креативных индустрий на международный уровень.

В результате освоения учебной дисциплины «Креативные индустрии: мировой опыт» студенты должны *знать*:

- понятийный аппарат данной предметной области;
- современные тенденции развития креативных индустрий;
- основные источники информации (базы данных, журналы, сайты);

– методы количественного и качественного анализа, используемые для решения аналитических и исследовательских задач в области креативных индустрий;

*уметь:*

– профессионально и грамотно применять понятийный аппарат в процессе коммуникации и при решении конкретных задач обучения;

– использовать теоретический материал при решении практических задач;

– обсуждать проблемы развития креативных индустрий как нового сектора современной экономики, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;

– собирать и систематизировать научно-практическую информацию в проблемном поле креативных индустрий;

– работать с электронными библиотеками, другой научно-практической информацией в предметной области учебной дисциплины;

– проводить аналитическую работу и подготовку научных текстов (рецензий, эссе, НИРов), презентаций исследований и ведения дискуссии в ходе самостоятельной работы, на семинарских и практических занятиях.

*владеть навыками:*

– использования методологических и практических знаний, которые дают возможность анализировать социально значимые проблемы и процессы, характерные для креативной экономики;

– общения, установления, поддержания и развития межличностных и деловых отношений с представителями средств массовой информации, рекламными агентствами и т.д.;

– работы с компьютером как средством управления информацией в сфере креативных индустрий.

В процессе изложения дисциплины «Креативные индустрии: мировой опыт» используются такие образовательные технологии и методы формирования профессиональных компетенций, как лекции, семинарские и практические занятия, дискуссии, презентации, написание эссе и др.

Тематическое поле учебной дисциплины имеет межпредметные связи с учебной дисциплиной государственного компонента «Экономика», а также с учебными дисциплинами компонента учреждения высшего образования «Менеджмент в сфере культуры», «Маркетинг в сфере культуры», «Экономика в сфере культуры», «Инновационный менеджмент в сфере культуры», «Брендинг» и «Технологии брендинга».

Учебным планом на изучение дисциплины «Креативные индустрии: мировой опыт» всего предусмотрено 90 часов, из которых для студентов очной формы получения высшего образования 42 часа – аудиторные занятия; для

студентов заочной формы 10 часов – аудиторные занятия. Примерное распределение часов по видам занятий для студентов очной формы: лекции – 10 семинарские – 6, практические работы – 26. Примерное распределение часов по видам занятий для студентов заочной формы: лекции – 4, семинарские занятия – 2, практические занятия – 4.

Рекомендуемая форма контроля знаний студентов – зачет.

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### *Тема 1 Введение. Креативные индустрии как перспективный сектор современной экономики*

Цель, задачи и содержание учебной дисциплины. Культурные ресурсы и творчество в контексте новой концепции развития современной экономики. Инновационная, несырьевая экономика творчества, креативности и знаний как доминирующая парадигма в постиндустриальных странах мира.

Отсутствие устойчивого понятийного аппарата в научном дискурсе креативных индустрий. Синонимичность понятий «креативная экономика», «культурные индустрии», «креативные индустрии», «творческие индустрии», «индустрии, производящие культурный продукт». Задачи креативных индустрий. Субсекторы. Специфические механизмы ценообразования. Типы продуктов. Модели извлечения дохода. Креативные индустрии и традиционные культурные институты. Экономический эффект для развития национальной экономики.

Предыстория креативных индустрий. 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. Широкое признание понятия, утверждение его положительной коннотации.

Первые опыты политического регулирования сферы креативных индустрий. Открытость инновациям и идеи о ребрендинге «индустрии культуры». Креативные индустрии в Великобритании. Официальные стратегические документы по развитию креативных индустрий в Европе, Северной Америке, Азии и Австралии.

### *Тема 2 Картирование культурных ресурсов как этап развития креативных индустрий*

Картирование как основа для формирования стратегии развития креативных индустрий и государственной культурной политики. Составление карты культурных ресурсов территории, определение потребностей и возможностей. Первые опыты картирования в Великобритании в 1997 – 1998 гг. Технология картирования британского агентства «EUCLID». Производственная цепочка картирования: стадии, критерии, задачи, методы, факторы, структура карты.

### *Тема 3 Город как социокультурное пространство: креативные стратегии развития*

Коренные изменения в развитии цивилизации на рубеже тысячелетий (глобализация и новая экономика (экономика знаний)) как детерминанты возникновения креативной экономики. Креативные индустрии в контексте разрешения кризиса промышленных зон. Переориентирование культуры из дотационного в доходный сектор экономики. Решение экономических и социокультурных проблем городов и регионов.

Работы Ч. Лэндри «Креативный город» (2005), Р. Флориды «Креативный класс: люди, которые меняют будущее» (2005), Д. Хокинса «Креативная экономика» (2011) в контексте позиционирования сферы культуры как инструмента урбанистической трансформации, источника экономического роста и повышения конкурентоспособности городов и регионов.

«Comedia» как ведущее британское агентство по культурному планированию и творческому развитию городов. Модель «творческого города» Ч. Лэндри. Креативный город: «старые-новые» культурные площадки.

### *Тема 4 Креативные индустрии в контексте развития региона*

Тенденция перехода от «элитарного» к более демократичному пониманию культуры как блага, которое должно быть доступным широкой публике. Креативные индустрии как антикризисное средство развития региона. Вклад креативных индустрий в экспортный потенциал регионов, создание новых рабочих мест, повышение миграционной привлекательности для «креативного класса», диверсификация культурного предложения, ревитализация заброшенных промышленных зон, развитие культурного туризма, модернизация традиционных культурных институтов, использование новых методов менеджмента и социальных инноваций. Креативные индустрии в контексте перспектив для привлечения зарубежных инвестиций.

### *Тема 5 Феномен кластера в креативной экономике*

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.

Типологизация креативных кластеров по профилю, специализации, функциям, закрытости/открытости для публики и иным критериям. Условия для создания кластеров. Кластерные эффекты.

Креативные кластеры как катализаторы экономических и социальных изменений в обществе. Активное развитие креативных кластеров на всех континентах мира. Знаковые примеры креативных кластеров: «Africa centre» (Кейптаун, ЮАР), «Collingwood Arts Centre» (Толидо, США), «Youkobo Art Space» (Токио, Япония); «798 Art Zone» (Пекин, Китай), «Barbican» и «Truman Brewery» (Лондон, Великобритания), «Berlinerpool» (Берлин, Германия), «Subtopia» (Бутчюрка, Швеция), «Винзавод», «Гараж», «Флакон», «Art-play», «ЗИЛ» (Москва, Россия), «Новая Голландия», «Этажи», «Арт Муза» (Санкт-Петербург, Россия), «Ок16» (Минск, Беларусь) и др.



## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Дневная форма получения образования

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия		
1.	Введение. Креативные индустрии как перспективный сектор современной экономики	2	6	4	2	Фронтальный опрос, выступления с докладами и презентациями
2.	Картирование культурных ресурсов как этап развития креативных индустрий	2		2	1	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний
3.	Город как социокультурное пространство: креативные стратегии развития	2	4		1	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний
4.	Креативные индустрии в контексте развития региона	2	4		2	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний, выступления с докладами и презентациями
5.	Феномен кластера в креативной экономике	2	4		2	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний
<b>Всего...</b>		<b>10</b>	<b>18</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	

## Заочная форма получения образования

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия		
1.	<i>Тема 1.</i> Введение. Креативные индустрии как перспективный сектор современной экономики	2		2	22	Фронтальный опрос, выступления с докладами и презентациями на семинаре
2.	<i>Тема 3.</i> Город как социокультурное пространство: креативные стратегии развития	1	2		20	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний
3.	<i>Тема 5.</i> Феномен кластера в креативной экономике	1	2		20	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний
<b>Всего ...</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>62</b>	

Темы для самостоятельного изучения:

1. Картирование культурных ресурсов как этап развития креативных индустрий.
2. Креативные индустрии в контексте развития региона.

## 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. *Сумина, Т. Н.* Арт-менеджмент: теория и практика : учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства / Т. Н. Сумина. - Москва : Академический проект, 2020. – 518-610 с.

#### *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. *Лэндри, Ч.* Креативный город / Ч. Лэндри. – М., 2005. – 209 с.
4. *Матецкая, М. В.* Творческие индустрии сквозь призму культурной политики / М. В. Матецкая // Культура и рынок. Опекаемые блага : Российская академия наук : Институт экономики РАН. – СПб. : Алетейя, 2014. – С. 252-263.
5. *Молчанова, О. П.* Стратегический менеджмент некоммерческих организаций : учебник для бакалавриата и магистратуры / О. П. Молчанова. – М. : Юрайт, 2017. – 260 с.
6. *Новосельская, В. В.* Влияние постиндустриальной экономики на региональный культурный ландшафт / В. В. Новосельская // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2016. – № 2. – С. 69-78.

7. *Переверзев, М. П.* Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебное пособие по направлению подготовки «Искусства и гуманитарные науки». / М. П. Переверзев. – Москва : ИНФРА-М, 2014. – 189 с.

8. *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.

9. *Тросби, Д.* Экономика и культура = Economics and culture / пер. с англ. И. Кушнareвой ; [науч. ред. А. Смирнов]. – М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. – 254 с.

10. Финансовый менеджмент : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности «Финансы и кредит» / под ред. О. А. Пузанкевич. – Минск : БГЭУ, 2020. – 333 с.

11. *Флиер, А. Я.* Культурные индустрии в истории и современности : типы и технологии / А. Я. Флиер // Личность. Культура. Общество. – 2013. – № 1 (февраль). – С. 88-103.

12. *Хезмондалиш, Д.* Культурные индустрии = The cultural industries / пер. с англ. Инны Кушнareвой ; [науч. ред. Алена Михалева]. – М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. – 453 с.

13. Чарная, И.В. Экономика культуры : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Чарная. – 4-е изд. – М. : Юрайт, 2019. – 238 с.

## **Методы и технологии обучения**

В числе эффективных педагогических технологий, которые содействуют развитию у студентов критического мышления, опыта формирования и использования инструментария учебно-творческой деятельности, ролевого и имитационного моделирования, возможности осваивать новый коммуникативный опыт, поиска и выявления студентами собственных смыслов и ценностного отношения, рекомендуется использовать следующие технологии: проблемного обучения, развития критического мышления, проведения учебных дискуссий, дебатов, публичных выступлений, рациональной организации самостоятельной работы студентов.

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

Самостоятельная работа студентов является основным способом охвата учебного материала по учебной дисциплине «Креативные индустрии: мировой опыт» в свободное от обязательных учебных занятий время. Цель самостоятельной работы студентов – содействие усвоению в полном объеме содержания учебной дисциплины через систематизацию, планирование и контроль собственной деятельности. С учетом содержания, цели и задач учебной дисциплины «Креативные индустрии: мировой опыт» целесообразно осуществлять такие виды самостоятельной работы по дисциплине, как самостоятельная работа, которая обеспечивает подготовку к аудиторным занятиям, и самостоятельная работа при подготовке к зачету по дисциплине. Основными формами самостоятельной работы по дисциплине являются такие, как контент-анализ публикаций по проблемному полю креативных индустрий, составление аннотаций и реферирование.

Результаты самостоятельной работы оформляются в виде презентации. Объем подобного рода работы должен составлять 15-25 слайдов презентации и содержать, в обязательном порядке, следующие компоненты: введение, основную часть (структурируемую при необходимости на отдельные главы, параграфы), заключение, список использованных источников.

## ПЕРЕЧЕНЬ КОНТРОЛИРУЕМЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ДЛЯ УЧЕТА ТЕКУЩЕЙ УСПЕВАЕМОСТИ

Тематика контролируемого мероприятия	Форма контроля
<i>Тема 1.</i> Креативные индустрии как перспективный сектор современной экономики	Фронтальный опрос, оценка качества написания реферата, самоконтроль знаний, выступления с докладами и презентациями
<i>Тема 2.</i> Картирование культурных ресурсов как этап развития креативных индустрий	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний
<i>Тема 3.</i> Город как социокультурное пространство: креативные стратегии развития	Фронтальный опрос, оценка качества написания реферата, самоконтроль знаний
<i>Тема 4.</i> Креативные индустрии в контексте развития региона	Фронтальный опрос, оценка качества написания реферата, самоконтроль знаний, выступления с докладами и презентациями
<i>Тема 5.</i> Феномен кластера в креативной экономике	Фронтальный опрос, оценка качества написания реферата, самоконтроль знаний

Оценка учебных достижений студента осуществляется с использованием фонда оценочных средств и технологий УВО. Фонд оценочных средств учебных достижений студента включает:

- типовые задания в различных формах (устные, письменные);
- иные средства диагностики в соответствии с учебной программой.

Фонд технологий контроля обучения включает:

- устный опрос;
- текущую аттестацию по окончании изучения дисциплины с применением устной методики контроля обучения.