

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

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

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 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)*

Цель методических рекомендаций - обеспечить студенту оптимальную организацию процесса изучения дисциплины, а также выполнения различных форм самостоятельной работы.

Студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины; с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы; с методическими разработками по данной дисциплине, имеющимся на образовательном портале и сайте кафедры.

Цель и задачи организации самостоятельной работы

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Задачами самостоятельной работы студентов являются:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений;
- использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий на семинарах, на практических занятиях, при написании контрольных и курсовых и работ позволит обеспечить эффективную подготовку выпускной квалификационной работ.

Обязательная самостоятельная работа обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и качественном уровне представленных докладов, выполненных контрольных работ, тестовых заданий и других форм текущего контроля. Баллы, полученные студентом по результатам аудиторной работы, формируют рейтинговую оценку текущей успеваемости студента по дисциплине.

Контролируемая самостоятельная работа направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие аналитических навыков по проблематике дисциплины. Подведение итогов и контроль за результатом таких форм самостоятельной работы осуществляется во время контактных часов с преподавателем. Баллы, полученные по этим видам работы, формируют оценку по контролируемой самостоятельной работе и учитываются при итоговой аттестации по дисциплине.

Тесная взаимосвязь разных видов самостоятельной работы предусматривает дифференциацию и эффективность результатов её выполнения и зависит от организации, содержания, логики образовательного процесса (межпредметных связей, перспективных знаний и др.):

- аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях, под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию;
- внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Аудиторная самостоятельная работа – учебная ситуация, при которой студент вынужден непосредственно и активно действовать. Основная задача преподавателя – обучение студента способам самостоятельной работы с материалом, поиску нужного материала, умению перерабатывать и интерпретировать его.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренных учебным планом);
- выполнение курсовых работ (проектов) в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ (в часы, предусмотренные учебным планом);
- выполнение учебно-исследовательской работы (руководство, консультирование и защита УИРС);
- прохождение и оформление результатов практик (руководство и оценка уровня сформированности профессиональных умений и навыков);
- выполнение выпускной квалификационной работы (руководство, консультирование и защита выпускных квалификационных работ) и др.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов (без участия преподавателя) – это усвоение содержания образования и формирование профессиональных компетенций во внеаудиторное время по темам или разделам тем, определённым рабочей программой учебной дисциплины для самостоятельного изучения.

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- написание рефератов;
- подготовка к семинарам и лабораторным работам, их оформление;
- составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний (педагогических, психологических, методических и др.);
- подготовка рецензий на статью, пособие;
- выполнение микроисследований;
- подготовка практических разработок;
- компьютерный текущий самоконтроль и контроль успеваемости на базе электронных обучающих и аттестующих тестов.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Бизнес в сфере креативных индустрий»

№ п/п	Темы дисциплины	Форма самостоятельной работы
1.	<u>Тема 1.</u> Введение. Бизнес-план и его роль в управлении креативных индустрий	Конспект «Роль бизнес-плана в социально-культурной сфере»
2.	<u>Тема 2.</u> Технологии разработки и реализации бизнес-плана.	Дискуссия «Обсуждение содержания бизнес-плана»
3.	<u>Тема 3.</u> Анализ рынка креативных индустрий	Дискуссия «Обсуждение методов сбора данных для проведения маркетингового исследования»
4.	<u>Тема 4.</u> Организация бизнес-	Конспект «Применение комплекса маркетинговых действий в менеджменте в креа-

	планирования креативных индустрий в рыночных условиях	тивных индустриях»
5.	<u>Тема 5.</u> Анализ и планирование финансовой деятельности креативных индустрий	Дискуссия «Обсуждение основных документов финансового плана и их структуры»
6.	<u>Тема 6.</u> Бизнес-планирование как элемент социально-культурной и экономической политики учреждения культуры	Конспект «Бизнес-планирование в креативных индустриях»
7.	<u>Тема 7.</u> Маркетинговая программа бизнес-плана	Дискуссия «Разработка маркетингового плана. Расчёт потребности проектируемого предприятия в трудовых и материальных ресурсах»
8.	<u>Тема 8.</u> Бизнес-проект как инновационный замысел	Конспект «Инновационный замысел проекта»
9.	<u>Тема 9.</u> Оценка инвестиционного проекта	Дискуссия «Обсуждение характеристики проектируемого технологического процесса в креативных индустриях, которая дается в бизнес-плане»
10.	<u>Тема 10.</u> Риски и страхование	Конспект «Обоснованность риска проекта»
11.	<u>Тема 11.</u> Анализ конкурентных преимуществ креативных индустрий	презентация на основе современных мультимедийных средств
12.	<u>Тема 12.</u> Эффективность бизнес-плана	Конспект «Эффективность участия в проекте отдельных организаций креативных индустрий»
13.	<u>Тема 13.</u> Стратегия развития креативных индустрий	Дискуссия «Выбор стратегии предпринимательской деятельности в условиях риска»
14.	Защита авторского бизнес-плана	презентация на основе современных мультимедийных средств
15.	Зачет с оценкой	Контрольные вопросы/тест

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

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:

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

Тема 3. «Анализ рынка креативных индустрий»

Для организации креативных индустрий 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 креативных индустрий 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 креативных индустрий»

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 креативных индустрий 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 креативных индустрий.

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 культуры.
17. Маркетинг учреждений культуры.
18. Платные услуги в сфере культуры и маркетинг.

Тема 9. Оценка инвестиционного проекта

План:

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

Тема 11. Анализ конкурентных преимуществ креативных индустрий

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 креативных индустрий

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 учреждения культуры.
10. Стратегический анализ в организации.
11. Контроль за выполнением стратегического плана.

8.2. Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов

В преподавании дисциплины «Бизнес 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 предлага-

ется 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 креативных индустриях.
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 социально-культурной сфере (примеры).
14. Выводы и рекомендации для учреждения культуры
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 креативных индустриях.	Цель бизнес-плана учреждения культуры 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 культуры; виды бизнес-планов в сфере культуры и их характеристика; содержание бизнес-плана; структура и последовательность разработки бизнес-плана.
Тема 5. Разработать бизнес-план на новый вид услуг в креативных индустриях.	Умение разрабатывать проекты и программы в сфере культуры; знание технологий продвижения продуктов и услуг культуры населению; умение анализировать проблемы бизнес-планирования в в

	креативных индустриях и выбирать оптимальные способы их решения.
--	--

Вопросы для самоконтроля

1. В чем заключается значение и сущность бизнес-планирования в социально-культурной сфере?
2. Назовите особенности бизнес-планирования в социально-культурной сфере.
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 социально-культурной сфере?
7. Как проводится анализ рынка культурных услуг?
8. Дайте характеристику целевых рынков организаций креативных индустрий
9. Какие группы потребителей культурных услуг целесообразно выделить при бизнес-планировании?
10. Как учитывается при бизнес-планировании конкурентная среда в социально-культурной сфере?
11. В чем Вы видите конкурентные преимущества организации креативных индустрий?
12. Как в бизнес-плане отражается маркетинговая деятельность организации креативных индустрий?
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 креативных индустрий.
17. Как планируется развитие структуры управления в организации креативных индустрий?
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 креативных индустрий?
24. Какие показатели используются для анализа форм и методов коммерческой деятельности в социально-культурной сфере?
25. Какие показатели используются для анализа финансово-хозяйственной деятельности организации креативных индустрий?
26. Какие показатели используются для анализа конкурентоспособности услуг в социально-культурной сфере?
27. Какие показатели используются для анализа конкурентоспособности организации креативных индустрий?
28. Охарактеризуйте содержание и методы финансового анализа деятельности организации креативных индустрий
29. Как осуществляется прогнозирование доходов от реализации услуг в социально-культурной сфере?

30. Как осуществляется планирование финансовых результатов деятельности организации креативных индустрий?
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 социально-культурной сфере.
36. Как разрабатывается инвестиционная стратегия в социально-культурной сфере?
37. Как осуществляется разработка миссии организации креативных индустрий?
38. Назовите факторы, влияющие на структуру конкурентных сил на рынке услуг креативных индустрий
39. Как оценивается сила (слабость) конкурентных позиций организации креативных индустрий?
40. Как осуществляется анализ и классификация целей и стратегий конкурентов в социально-культурной сфере?
41. Как оценивается привлекательность отрасли культуры?
42. Как оценить эффективность стратегии организации креативных индустрий?
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?

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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 креативных индустрий//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. Игнатьев, 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 креативных индустрий. - Омск: ОмГУ, 2001
24. Новаторов В.Е. Маркетинг в социально-культурной сфере. - Омск: Омич, 2000
25. Новаторов В.Е. Маркетинговые знания в структуре социокультурного менеджмента // 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 социально-культурной сфере // 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 в креативных индустриях // 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 в креативных индустриях // 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 культуры 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 в креативных индустриях // Подготовка кадров креативных индустрий: 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>

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.

Разработаны 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