

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства
та природокористування

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Кафедра філософії та культурології

06-07-256M

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до семінарських занять та самостійного
вивчення навчальної дисципліни

«Креативні та культурні індустрії»

для здобувачів вищої освіти для здобувачів вищої освіти
другого «магістерського», які навчаються за освітньо-
професійною програмою «Соціальний менеджмент та
інформаційна культура» спеціальності 028 «Менеджмент
соціокультурної діяльності» денної та
заочної форм навчання

Рекомендовано науково-
методичною
радою з якості ННІЕМ
Протокол № 1 від 24.09.2024 р.

Рівне – 2024

Методичні вказівки до семінарських занять та самостійного вивчення навчальної дисципліни «Креативні та культурні індустрії» для здобувачів вищої освіти ступеня «магістр», які навчаються за освітньо-професійною програмою «Соціальний менеджмент та інформаційна культура» спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності». [Електронне видання] / Коберська Т. А. – Рівне : НУВГП, 2024. – 25 с.

Укладач: Коберська Т. А., кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії та культурології.

Відповідальний за випуск:

завідувач кафедри філософії та культурології, кандидат філософських наук, доцент Шадюк Т. А.

Керівник групи забезпечення спеціальності:

кандидат філософських наук, доцент Шадюк Т. А.

Зміст

Вступ.....	3
1.Методичні рекомендації щодо підготовки семінарських занять.....	5
2. Зміст програми навчальної дисципліни.....	6
3. Плани семінарських занять.....	9
4. Методи оцінювання знань.....	19
5. Методичне забезпечення.....	21
6. Рекомендована література.....	22
7.Інформаційні ресурси.....	23

© Т. А. Коберська, 2024

© НУВГП, 2024

ВСТУП

Програма вивчення вибіркової навчальної дисципліни «Креативні та культурні індустрії» складена з урахуванням освітньо-професійних вимог підготовки магістрів спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності». У циклі гуманітарних дисциплін вона має інтегративну специфіку, оскільки пов'язана з концептуальними стратегіями різних галузей знання, а також з практичними досягненнями сучасного менеджменту, маркетингу та проектної діяльності у сфері культурних та креативних індустрій.

Актуальність. Навчальна дисципліна спрямована на формування у студентів ґрунтовних знань й професійних компетентностей необхідних щодо забезпечення належного рівня створення та використання управлінських продуктів у сфері креативних та культурних індустрій, а також здатності до впровадження передових українських й міжнародних практик у сфері управління і формування креативної економіки.

Метою курсу є отримання здобувачами системних знань про становлення, розвиток й особливості сучасного сектору культури і креативних індустрій, аналіз світових та українських трендів у цій галузі, усвідомлення їх ролі в економіці, культурі, суспільстві та практичних аспектах управління проектами.

Завдання курсу:

- ознайомитись із теоретичними основами формування та розвитку креативних та культурних індустрій;
- дослідити структуру та особливості різних секторів креативних індустрій;
- оцінити роль державної політики в розвитку креативних та культурних індустрій;
- вивчити сучасні тенденції розвитку креативної економіки;

- опанувати навички розробки та реалізації креативних проєктів;
- проаналізувати український ринок креативних й культурних індустрій та визначити його потенціал;
- сприяти розвитку креативного потенціалу студентів, стимулювати їх до генерування нових ідей та розробки інноваційних проєктів.
- підготувати студентів до практичної діяльності в сфері управління культурними проєктами.

У результаті опанування дисципліною студент повинен **знати**:

- теоретичні засади формування та розвитку креативних і культурних індустрій: основні концепції, визначення, історію становлення та ключові теорії;
- структуру та сегменти креативних індустрій, специфіку різних секторів креативної економіки таких як: медіа, мистецтво, мода, дизайн, реклама, архітектура тощо;
- економічну і культурну роль креативних індустрій, потенціал розвитку українського ринку культурних та креативних індустрій;
- основні світові та українські тренди в креативних індустріях, тенденції, що формують даний сектор, зокрема технологічні інновації та вплив діджиталізації;
- механізми регулювання та стимулювання розвитку креативної економіки з боку уряду та міжнародних організацій;
- практичні аспекти управління креативними проєктами: методологію планування, фінансування, маркетингу та реалізації проєктів;
- методи розробки та впровадження інновацій у креативних індустріях, способи генерування нових ідей та їх практичної реалізації;
- принципи та техніки розвитку креативного мислення для вирішення управлінських задач;

- розуміння етичних та нормативно-правових аспектів та відповідальності у процесі створення культурних та креативних продуктів.

Студент повинен уміти:

- ✓ оцінювати потенціал розвитку світового та українського ринку креативних індустрій, аналізувати сучасні можливості та виклики для локальних проєктів;
- ✓ застосовувати механізми регулювання та стимулювання розвитку креативної економіки, використовувати знання про державну політику та міжнародні практики в даній галузі;
- ✓ розробляти та впроваджувати стратегії управління креативними проєктами, використовувати методи планування, фінансування та реалізації креативних проєктів у різних секторах;
- ✓ генерувати та реалізовувати інноваційні ідеї у сфері креативних індустрій, застосовувати різні методи для створення нових продуктів у культурній та креативній сферах;
- ✓ розвивати та використовувати креативне мислення для вирішення управлінських задач, застосовувати принципи творчого підходу у прийнятті рішень і розробці стратегій.
- ✓ застосовувати етичні принципи у процесі створення культурних та креативних продуктів, забезпечувати відповідність проєктів соціальним, культурним та етичним стандартам.

1. Методичні рекомендації щодо підготовки семінарських занять:

Практичною формою закріплення теоретичних знань, отриманих на лекціях та під час самостійної роботи з навчальною і науковою літературою є семінарські заняття. Практичні заняття проводяться у формі дискусії навколо попередньо визначеної теми, на підставі індивідуально

виконаного завдання, відповідно до поданого плану. Якісною умовою підготовки є оволодіння категоріями та теоретичними основами дисципліни. Умовою ефективною підготовки студента має бути використання як базової, так і допоміжної літератури, тематичних відео, тренінгів, а також тематичних курсів неформальної освіти. Поглибленому вивченню окремих питань сприяють самостійно підібрані індивідуальні завдання та проєктні роботи в колі запропонованих тем самостійної роботи, готуючи які, студенти мають можливість виявити та розвинути аналітичні, креативні, творчі, комунікативні, організаторські та управлінські професійні здібності й набути нових фахових компетентностей у сфері діяльності креативних та культурних індустрій.

2. Зміст програми навчальної дисципліни Структура навчальної дисципліни для денної/заочної форми навчання

Назва змістовних модулів і тем	Кількість годин			
	Лек. ден/ заоч	Сем ден/ заоч	СРС ден/з аоч	Разом
Змістовний модуль I				
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КРЕАТИВНИХ ТА КУЛЬТУРНИХ ІНДУСТРІЙ				
Тема 1. Теоретико-методологічні засади формування та розвитку сфери культурних та креативних індустрій	2	2/1	7/10	11/11
Тема 2. Сектори креативних і культурних індустрій	2/1	2/1	7/10	11/11
Тема 3. Міжнародний досвід розвитку креативних та культурних індустрій	2/1	2/1	7/10	11/12

Тема 4. Креативні та культурні індустрії в Україні	2	2/1	7/10	11/11
Змістовий модуль II				
СУЧАСНА КУЛЬТУРНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ І КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ				
Тема 5. Креативні індустрії та креативна економіка	2/1	2/1	7/10	11/11
Тема 6. Маркетинг креативних продуктів і послуг	2	2/2	7/10	11/12
Тема 7. Проектна діяльність у сфері креативних та культурних індустрій	2	2/1	7/10	11/11
Тема 8. Нормативно-правове забезпечення сфери культурних та креативних індустрій	2		4/10	6/10
Усього годин	16/2	14/8	60/80	90/90

2.1 Теми семінарських занять

№ з/п	Теми	Кількість годин денна	Кількість годин заочна
1.	Тема 1. Культурні та креативні індустрії: історія, теорія та сучасні практики	2	1
2.	Тема 2. Сектори креативних і культурних індустрій	2	1
3.	Тема 3. Глобальні тренди розвитку креативної економіки: міжнародні та вітчизняні практики	2	1
4.	Тема 4. Маркетинг у сфері креативних та культурних індустрій	2	1
5.	Тема 5. Створення стартапів у	2	1

	креативних індустріях: від ідеї до реалізації		
6.	Тема 6. Практикум: створення ефективних цифрових кампаній для популяризації культурних та креативних продуктів	2	2
7.	Тема 7. Правове врегулювання відносин у сфері креативних та культурних індустрій	2	1
	Разом	14	8

2.2 Самостійна робота студентів денної/заочної форми навчання

№ з/п	Назва теми	Кількість годин ден/заоч
1.	Тема 1. Вплив цифрової трансформації на культурну спадщину. Оцифрування музейних колекцій та архівів.	7/10
2.	Тема 2. Майбутнє авторського права в епоху штучного інтелекту. Виклики, пов'язані зі створенням творчих продуктів за допомогою AI.	7/10
3.	Тема 3. Інклюзивність у культурних та креативних індустріях: Як адаптувати культурні продукти для людей з обмеженими можливостями? Приклади інклюзивних проєктів у різних секторах.	7/10
4.	Тема 4. Краудфандинг як інструмент фінансування культурних проєктів. Успішні кампанії на платформах краудфандингу. Як цей інструмент змінює традиційні методи	7/10

	фінансування культурних проєктів?	
5.	Тема 5. Гейміфікація у культурних індустріях. Як ігрові елементи використовуються для підвищення залученості аудиторії в культурних проєктах?	7/10
6.	Тема 6. Інноваційні моделі бізнесу в креативних індустріях. Дослідження успішних бізнес-моделей, таких як freemium, підписки. Приклади з різних країн або секторів (медіа, мода, музика).	7/10
7.	Тема 7. Етика та соціальна відповідальність у креативних індустріях. Роль етичних принципів у створенні культурних продуктів.	7/10
8.	Глобальні ініціативи захисту культурної спадщини в умовах конфліктів та криз. Правові рамки захисту культурних об'єктів у зонах конфліктів. Роль міжнародних організацій у збереженні культурної спадщини під час військових дій.	11/10
	Разом	60/80

3. Плани семінарських занять

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КРЕАТИВНИХ ТА КУЛЬТУРНИХ ІНДУСТРІЙ

Тема 1. Культурні та креативні індустрії: історія, теорія та сучасні практики

Зміст виступів і обговорення

1. Основні тенденції становлення та розвитку «культурних» та «креативних індустрій» в світі та Україні.

2. Провідні теоретичні моделі та концепції креативних індустрій.
3. Роль креативності в сучасному суспільстві. Концепція креативного міста, модель креативного класу Річарда Флориди.
4. Класифікація креативних індустрій за різними критеріями (продукт, процес, ринок).
5. Креативні індустрії як рушій інновацій: міжнародне співробітництво та вітчизняні практики.

Запитання та завдання для самоконтролю:

1. Проаналізуйте еволюцію понять «культурних» та «креативних» індустрій та їх відмінності від традиційних індустрій.
2. Охарактеризуйте модель «культурної індустрії» за концептом Теодора Адорно та Макса Хоркхаймера.
3. Проаналізуйте теорію культурного капіталу П'єра Бурдьє.
4. Як концепція "креативної економіки" впливає на розвиток регіонів і міст?
5. Яким чином креативний клас впливає на формування креативного міста та які сектори є визначальними для успіху цієї моделі?
6. Охарактеризуйте критерії класифікації креативних індустрій.
7. Як креативні індустрії сприяють впровадженню інновацій у різні галузі економіки?
8. Проаналізуйте роль міжнародних організацій у підтримці креативних індустрій (ЮНЕСКО, Всесвітня організація інтелектуальної власності).
9. Які приклади креативних хабів і кластерів можуть бути взяті за основу для розвитку індустрій в Україні?

Тема 2. Сектори креативних і культурних індустрій

Зміст виступів і обговорення

1. Тенденції розвитку секторів креативних і культурних індустрій та їх взаємодія з іншими галузями економіки.
2. Специфіка діяльності сфери культурних та креативних індустрій: реклами, дизайну, архітектури, художнього і декоративного мистецтва, моди.
3. Особливості економічних моделей та монетизації продуктів у музичній, музейній, театральній індустрії, кіновиробництві, радіо та телебаченні.
4. Цифрова трансформація культурних та креативних індустрій: нові можливості у сфері комп'ютерних ігор, програмного забезпечення, видавничої справи та мультимедіа.
5. Монетизація контенту в епоху цифрових платформ: моделі доходу для креаторів на платформах (YouTube, Spotify, Netflix)

Запитання та завдання для самоконтролю:

1. Які основні тенденції визначають розвиток креативних та культурних індустрій у сучасних умовах?
2. Яким чином сектори культурних та креативних індустрій взаємодіють із іншими галузями економіки?
3. Охарактеризуйте особливості процесів створення продуктів у секторах: реклами, моди, дизайну.
4. Як розвиток програмному забезпечення, комп'ютерних ігор та мультимедіа змінює підхід до споживання культурних продуктів?
5. Як креативні сектори сприяють економічному зростанню через туризм, культурні заходи та креативні простори?

6. Означте підходи до сегментації аудиторії в культурній та креативній сферах.
7. Проаналізуйте наявні бізнес-моделі монетизації цифрового контенту на платформах YouTube, Spotify, Netflix.
8. Як сектори креативних і культурних індустрій можуть бути рушієм економічного зростання в контексті розвитку регіонів або міст?

Тема 3. Глобальні тренди розвитку креативної економіки: міжнародні та вітчизняні практики

Зміст виступів і обговорення

1. Світовий контекст креативної економіки: огляд глобальних практик та досвіду зарубіжних країн у розвитку креативної економіки.
2. Тренди та індикатори розвитку креативної економіки: аналіз сучасних тенденцій і показників, що визначають розвиток креативної економіки.
3. Основні сегменти ринку креативних індустрій в Україні. Державна підтримка та аналіз урядових програм.
4. Креативні простори, кластери та мережі: аналіз нових моделей організації креативних просторів та їх інтеграція з ІТ, наукою, бізнесом, освітою, створення міждисциплінарних проектів.
5. Міжнародні практики і локальні виклики: порівняння міжнародного досвіду та вітчизняних підходів у формуванні креативної економіки.

Запитання та завдання для самоконтролю:

1. Які основні етапи розвитку креативних індустрій в Україні можна виокремити, і як вони вплинули на сучасний стан галузі?

2. Які ключові індикатори розвитку креативної економіки, і як вони відрізняються на міжнародному рівні та в Україні?
3. Які міжнародні кейси розвитку креативних кластерів є найбільш успішними, і які уроки можна взяти для України?
4. Як сучасні технології (наприклад, VR, AR) впливають на розвиток креативних індустрій, і як їх впровадження може стимулювати креативну економіку України?
5. Як індикатори успіху (економічні, соціальні, культурні) вимірюються в контексті розвитку креативної економіки на міжнародному рівні?
6. Яка роль креативних просторів та кластерів в економічному розвитку міст, і як створення таких просторів в Україні може допомогти місцевим громадам?
7. Проаналізуйте та підготуйте доповідь: Технологічні та медіа-кластери в Кремнієвій долині (США) або «Шордич» (Лондон), які об'єднують ІТ-компанії, дизайнерів, стартапи та креативних професіоналів. Співпраця між технологічними компаніями і художніми проектами (наприклад, цифрове мистецтво, VR-мистецтво).

Тема 4. Маркетинг у сфері креативних та культурних індустрій

Зміст виступів і обговорення

1. Маркетинг послуг сфери культури: аналіз особливостей маркетингу в закладах культури, зокрема креативних індустріях, та розробка креативних послуг.
2. Інструменти digital-маркетингу: вплив цифрового маркетингу, зокрема соціальних мереж, на просування культурних та креативних продуктів.

3. Контент-маркетинг у культурі: розгляд ролі блогів, відео, подкастів та інших інструментів контенту у популяризації культурних продуктів.
4. Інновації у маркетингу культурних продуктів: роль віртуальної та доповненої реальності, кросмедійність і трансмедійність у створенні комплексних маркетингових кампаній.
5. Культура як зброя: соціально орієнтовані проєкти під час війни.

Запитання та завдання для самоконтролю:

1. Які ключові особливості маркетингу послуг у сфері культури відрізняють його від маркетингу в інших секторах економіки?
2. Як концепції "4P-12P" та модель SIVA застосовуються у сфері культурних та креативних індустрій?
3. Які стратегії побудови бренду та позиціонування можуть бути ефективними для культурних проєктів, і як їх використовувати в умовах війни?
4. Як оцінювати ефективність маркетингових кампаній у сфері культури, і які метрики є ключовими для цього?
5. Які інструменти digital-маркетингу (соціальні мережі, SEO, таргетинг) є найбільш результативними для просування культурних продуктів?
6. Яку роль відіграє контент-маркетинг (блоги, відео, подкасти) у популяризації культурних подій, таких як фестивалі або виставки?
7. Як можна інтегрувати різні соціальні мережі (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn) у єдину стратегію просування культурних продуктів?
8. Яким чином можна застосовувати таргетовану рекламу для підвищення впізнаваності культурних брендів та продуктів серед різних аудиторій?
9. Як кросмедійність та трансмедійність допомагають створювати єдину історію про культурний продукт на різних платформах?

10. Які можливості дають віртуальна та доповнена реальність для створення інноваційних презентацій культурних проектів і взаємодії з аудиторією?

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II СУЧАСНА КУЛЬТУРНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ І КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ

Тема 5. Створення стартапів у креативних індустріях: від ідеї до реалізації

Зміст виступів і обговорення

1. Екосистеми стартапів у креативних індустріях: роль інноваційних компаній у розвитку секторів дизайну, медіа та цифрового мистецтва.
2. Управління проектами у культурній та креативній сферах: інструменти, підходи, оцінка ефективності.
3. Створення ефективного бренду культурного продукту або події.
4. Розробка плану кросмедійної стратегії для кампанії, що охоплює кілька платформ (наприклад, соціальні медіа, блогосферу, подкасти та віртуальні тури).
5. На прикладі обраного культурного продукту (фільм, фестиваль, виставку, музичний альбом) і визначте цільову аудиторію для нього. Врахуйте демографічні та психологічні характеристики.
6. Визначте ключові меседжі для кожної платформи та описані методи їхнього поширення.

Запитання та завдання для самоконтролю:

1. Які особливості управління проектами у сфері креативних індустрій порівняно з іншими галузями?
 1. Означте інструменти, що найкраще підходять для управління проектами у культурних та креативних індустріях (наприклад Agile, Waterfall)?
 2. Які етапи проекту є ключовими для успішного реалізованого культурного продукту?
 3. Як функціонують механізми отримання грантів для культурних проєктів?

4. Які критерії важливі для оцінки успішності проекту при отриманні грантової підтримки?
5. Які елементи є найважливішими при створенні бренду культурного продукту або події?
6. Як цінності, унікальні пропозиції та меседжі впливають на сприйняття культурного бренду?
7. Які платформи найкраще підходять для просування культурних продуктів і чому? Які особливості створення контенту для кожної платформи варто врахувати?
8. Як правильно сегментувати цільову аудиторію за демографічними показниками для культурного продукту?
9. Як адаптувати стратегію просування продукту під різні аудиторії?
10. Як адаптувати меседжі під специфіку кожної платформи (соціальні медіа, блогосфера, подкасти, віртуальні тури)?

Тема 6. Практикум: створення ефективних цифрових кампаній для популяризації культурних та креативних продуктів

Зміст виступів і обговорення

1. Виберіть конкретний культурний продукт (фестиваль, короткометражний фільм, соціальний ролик, виставку, музичний альбом) і визначте цільову аудиторію для нього. Врахуйте демографічні та психологічні характеристики.
2. Розробіть бренд для певного культурного продукту або культурної інституції (наприклад, музей майбутнього). Опишіть його основні характеристики, візуальні елементи та ключове повідомлення для аудиторії.
3. Створіть короткий профіль персонажа (персони) цієї аудиторії.
4. Підготуйте графічні матеріали або презентацію для

- цього бренду.
5. Розробка контент-плану для популяризації культурного продукту. Створіть план цифрової кампанії для популяризації конкретного культурного продукту або заходу (наприклад, театральної вистави або фольклорного фестивалю). Включіть стратегії просування через соціальні медіа, блоги, рекламу.
 6. Вкажіть деталі кампанії: частота постів, використання хештегів, плани інтеграції з блогерами, рекламний бюджет.
 7. Тестування таргетованої реклами для культурного продукту. Використовуючи інструменти рекламного кабінету Facebook або Google Ads, створіть тестову кампанію для культурного продукту.
 8. Виберіть критерії для таргетування (вік, інтереси, географія) та складіть аналітичний звіт про можливі показники ефективності (кліки, охоплення).
 9. Відео-контент для популяризації культурних продуктів. Розробіть короткий відеоролик (до 1 хвилини) для просування культурного продукту у форматі Instagram reels або TikTok.
 10. Оцініть, наскільки відео відповідає трендам соціальних мереж та цінностям цільової аудиторії.

Тема 7. Правове врегулювання відносин у сфері креативних та культурних індустрій

Зміст виступів і обговорення

1. Роль креативних індустрій в економіці держави та їхній вплив на економічний розвиток і зайнятість.
2. Вплив державної культурної політики на розвиток креативних індустрій та інструменти підтримки.
3. Необхідність правового регулювання діяльності у сфері креативних індустрій і основні законодавчі акти.
4. Державна підтримка креативних індустрій: програми та ініціативи для їх розвитку.

5. Виклики та перспективи захисту інтелектуальної власності у креативних індустріях.

Запитання та завдання для самоконтролю:

1. Які сектори креативних індустрій найбільше сприяють зростанню ВВП держави ?
2. Які конкретні державні програми або ініціативи найбільш ефективно підтримують розвиток креативних індустрій в Україні?
3. Як правове регулювання у сфері креативних індустрій може сприяти залученню інвестицій та розвитку підприємництва в цій сфері?
4. Чому існує необхідність удосконалення нормативно-правового регулювання креативних індустрій, і які пропозиції можна зробити для цього?
5. Як забезпечується правовий статус культурних об'єктів, і які законодавчі інструменти існують для їхньої охорони та захисту?
6. Які існують міжнародні приклади ефективної державної підтримки креативних індустрій, і як ці моделі можна адаптувати для України?
7. Як державна культурна політика може сприяти розвитку малих та середніх підприємств у сфері креативних індустрій?
8. Які існують виклики у сфері захисту авторських прав в умовах цифровізації культурних продуктів, та як держава може вирішити ці проблеми?
9. Які інструменти використовуються для стимулювання експорту культурних продуктів, і яку роль у цьому відіграє держава?
10. Які правові механізми існують для захисту промислової власності у креативних індустріях, і як вони можуть бути покращені?
11. Які правові рамки захисту культурних об'єктів у зонах військових конфліктів? Проаналізуйте дієвість

міжнародних організацій у збереженні культурної спадщини під час війни в Україні.

4. Методи оцінювання знань

Модульна форма контролю включає в себе наступні форми робіт та оціночні бали за їх виконання

№№ з.п	Види навчальної діяльності	Оціночні бали
1.	Доповідь на семінарському занятті	3 б.
2.	Відвідування та активна участь у інтерактивних лекційних заняттях	1 б. за 2 год.
3.	Вирішення тестових завдань	0.5 б. за 1 завд.
4.	Участь у дискусії під час семінарського заняття	2 б.
5.	Постановка проблемних запитань	1 б.
6.	Виконання творчого індивідуального завдання	3б.
7.	Підбірка відеоресурсів та навчальних й ілюстративних відеоматеріалів до тем курсу	3 б. за 1 тему
8.	Участь у конкурсі студентських наукових робіт	10 б.
9.	Участь у олімпіаді або в засіданні круглого столу	3 б.
10.	Підготовка інтелектуального проекту	5 б.
11.	Огляд сучасної літератури та дослідників за темами курсу	2б. за 1 тему
13.	Підготовка мультимедійних презентацій, відео- або скрайб-презентації до теми курсу	3 б.
14.	Виступ з доповіддю на студентській науковій конференції	5 б.
15.	Виступ з доповіддю на студентській науковій конференції в іншому вузі	6 б.

16.	Призове місце в олімпіаді чи конференції	5 б.
17.	Участь у громадських культурних заходах	3 б.
18.	Участь у роботі студентського наукового гуртка, тренінгу	5 б.
18.	За якісне ставлення до вивчення дисципліни	1– 3 б.

4.1 Розподіл балів, що отримують студенти

Поточне опитування та самостійна робота							Підсумковий залік
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2			100
контроль М1 та М2	24			36			
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7
40	8	8	8	9	9	9	9
							60

*Підсумковий контроль (залік) у тестовій формі складається у ННЦНО через навчальну платформу Moodle за умови скасування модульних контролів МК1 і МК2.

4.2 Шкала оцінювання

Сума балів за всі форми навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
	для екзамену	для заліку
90-100	відмінно	зараховано
82-89	добре	
74-81		
64-73	задовільно	
60-63		
35-59	незадовільно можливістю	3 не зараховано 3 можливістю

	повторного складання	повторного складання
0-34	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

5. Методичне забезпечення

Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії НУВГП. Силабус навчальної дисципліни **06-07-144S** «Креативні та культурні індустрії» для здобувачів вищої освіти ступеня «магістр», які навчаються за освітньо-професійною програмою «Соціальний менеджмент та інформаційна культура» спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» галузі знань 02 «Культура і мистецтво». Рівне. НУВГП. 2024. 14 с. <http://ep3.nuwm.edu.ua/30700/1/06-07-144S.pdf>

06-07-256M Методичні вказівки до семінарських занять та самостійного вивчення навчальної дисципліни «Креативні та культурні індустрії» для здобувачів вищої освіти ступеня «магістр», які навчаються за освітньо-професійною програмою «Соціальний менеджмент та інформаційна культура» спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності». Рівне. НУВГП. 2024. 25 с. <http://surl.li/zbpuot>

Рекомендована література

Базова:

1. Бізнес у сфері креативних індустрій. Електр. посібник Nesta. URL: <http://surl.li/tdosyf>
2. Божидарнік Т. В., Василик Н. М. Креативний менеджмент: навч. посіб., Херсон: Олді-плюс, 2019. 498с.

3. Вахович І. М., Чуль О. М. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір: моногр. Луцьк: Вежа-Друк, 2014. 288 с.
4. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови: моногр. ДУ “Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України”. Львів, 2017. 528 с.
5. Кочубей Н. В. Соціокультурна діяльність. Суми: Університетська книга, 2023. 122 с. 6. Менеджмент соціокультурної діяльності / за ред. В. П. Пасічник. Львів: Растр-7, 2018. 208 с.
6. Лекції. Культурні та креативні індустрії. URL: <http://surl.li/hlcmpf>
7. Назарова Г. В., Сотнікова Ю. В. Креативна економіка та менеджмент: навчальний посібник. Х.: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 160с. URL: <http://surl.li/yurdfе>
8. Прийняття управлінських рішень: навчальний посібник / Ю. Є. Петруня, Б. В. Літовченко, Т. О. Пасічник та ін. ; за ред. Ю. Є. Петруні. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2020. 276 с
9. Свінцицька О. М., Ткачук В. О. Креативна економіка та креативні індустрії: навчальний посібник. Житомир: ДУ «Житомирська політехніка», 2020. 218 с. URL: <https://www.academia.edu/49154872/>
10. Creative Industries. UNESCO. URL: <http://surl.li/yrsfua>

Допоміжна:

1. Вартанова О.В., Шестер, І.В. Креативний менеджмент як підґрунтя розвитку креативних працівників підприємства. Соціально-трудові відносини: теорія та практика. 2013. № 2. С. 30–34.
2. Власова В. Стратегічний вектор розвитку креативного підприємництва. 2022. URL: <http://surl.li/tlhlal>
3. Креативні міста в Україні: офіційний сайт. 2022. URL: <http://creativecities.org.ua/uk/creative-city/project>

4. Культура та креативність для розуміння та розвитку (2019). Стратегія Українського культурного фонду на 2019–2021 рр.: офіційний сайт. URL: <https://ucf.in.ua/>
5. Литовченко І., Томах В. Креативна економіка: можливості для відбудови України. Вісник ХДУ Серія Економічні науки. 2023. № 48. С. 10–18. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2023-48-2>
6. Міністерство культури та інформаційної політики України: офіційний сайт. URL: <https://mkip.gov.ua>
7. Пархоменко І. І. Поняття «культурні» та «креативні індустрії» у західноєвропейському науковому дискурсі й урядово-інституційних практиках Великобританії та Європейського Союзу. Українські культурологічні студії. 2017. № 1. С. 74–78.
8. Перерва І. М. Обґрунтування критерії креативних індустрій. Бізнес інформ. Глобалізаційні процеси в економіці. 2021. 1. С. 27–33.
9. Петрова І. В. Культурні та креативні індустрії: проблема визначень. Питання культурології. 2022. № 39. С. 63–77. <http://surl.li/yhequm>
10. Плещан Х. В. Концептуальні підходи до визначення детермінант креативних індустрій у контексті культурологічного аналізу URL: <http://surl.li/dasuuk>
11. Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії» (2018) : Закон України № 2778–VI від 07.10.2022 р. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17>
12. Прокопенко Н., Євграфова А. Культурні індустрії в українському дискурсі: пошуки синергії смислів. Образ. № 3(29). 2018. С. 6–17.
13. Результати соціологічного дослідження культурних практик населення України. Офіційний сайт Українського культурного фонду (21 жовтня, 2021). URL: <https://ucf.in.ua/news/21-10-2021>

14. Застосування проектної діяльності у сфері культури. Культура України. 2019. № 64. URL: <https://doi.org/10.31516/2410-5325.064.13>
15. Шумейко Л. культурні та креативні індустрії: історія та сучасність URL: <http://surl.li/jsitfd>
16. Creative industry. Cambridge Dictionary. URL: <http://surl.li/mxebvb>
17. Hughes, Mark; Wearing, Michael. Organisations and Management in Social Work. Everyday Action for Change. SAGE Publications, 2021. 240.
18. Koberska T. et al.: A.Zaluzhna, Zoshchuk N., Melnichuk M., Kovtun O. Philosophical and pedagogical understanding of mitological approaches of theomachia in video games as liter // Modern Science. Philosophy and theology. Prague 2022, №3. P. 149-157 <http://surl.li/ldqfb>
19. Suchasna kulturologiya: postmodernizm u lohitsi rozvytku ukrainsoi humanistyky: kol. monogr. [Modernculturology: postmodernism in the logic of the development of Ukrainian humanism: col. monograph] (2021) /za zag. red. Yu.S. Sabadash ta in. Kyiv. 432.

Інформаційні ресурси

1. Асоціація культурних індустрій. URL: <http://culture.in.ua>
2. Всеукраїнська Асоціація Креативних Культурних Індустрій URL: <https://vakki.org.ua/>
3. Мистецький арсенал. URL: <https://artarsenal.in.ua>
4. Українська асоціація маркетингу URL: <http://uam.in.ua>
5. Український портал менеджменту. URL: <http://management.com.ua>
6. Український центр культурних досліджень. URL: <http://uccs.org.ua>
7. Центр Довженка. URL: <https://dovzhenkocentre.org>