

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКА
ПОЛІТЕХНІКА»**

Навчально-науковий інститут права і соціальних технологій
Факультет соціальних технологій, оздоровлення та реабілітації
Кафедра соціальної роботи

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ

методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи
для підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр»
за спеціальністю 073 «Менеджмент»,
освітня програма «Менеджмент креативних індустрій та соціальних інновацій»

Обговорено і рекомендовано на
засіданні кафедри соціальної роботи
протокол №1 від 27.08.2020 р.

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ: методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи для підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальністю 073 «Менеджмент», освітня програма «Менеджмент креативних індустрій та соціальних інновацій». / Укл.: к. філос. н., доц. Н.В. Шакун, к. істор. н., К.А.Литвин – Чернігів: ННІ права і соціальних технологій НУ «Чернігівська політехніка». – 2020. – 34 с.

Укладачі:

Шакун Наталія Валеріївна, кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри соціальної роботи ЧНТУ

Литвин Катерина Андріївна, кандидат історичних наук, заступник начальника – начальник відділу туризму та промоції міста Управління культури та туризму Чернігівської міської ради

Рецензент: Мельник Ольга Євгенівна, кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри філософії та суспільних наук ЧНТУ, проректор з науково-педагогічної та виховної роботи ЧНТУ.

Зміст

ВСТУП	4
ABSTRACT	5
ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	6
ЗАСТОСОВАНІ СКОРОЧЕННЯ	7
МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	7
ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	8
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	9
ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	9
ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	10
СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	13
ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ (ЛАБОРАТОРНИХ) ЗАНЯТЬ	14
ПЛАНІ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ	15
ТЕМИ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗВО	21
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗВО	21
ІНДИВІДУАЛЬНІ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНІ ЗАВДАННЯ	22
ЗАВДАННЯ НА РОЗРАХУНКОВУ РОБОТУ	22
МЕТОДИ КОНТРОЛЮ	23
РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗВО	24
ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS	25
ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА.....	25
МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	25
ГЛОСАРІЙ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ	26
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	31
ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	33

ВСТУП

В умовах становлення креативної економіки відбувається піднесення ролі креативу як ключового фактора виробництва та основного ресурсу конкурентоспроможності людини, підприємства, країни. Вирішальну роль на етапі становлення нової економіки відіграє реалізація здібностей людини, інвестиції у знання та інтелектуальний капітал, відтак, першочергової ваги набувають креативність, інновації, впровадження нових технологій. Це означає, що креативність стає не лише характеристикою особистості, а й соціальним процесом у результаті якого група людей створює щось нове, що слугує рушійною силою розвитку суспільства.

Фундатори концепції «креативної економіки», зокрема Дж. Хокінс, П. Луїджі Сакко та ін. акцентували увагу на креативних індустріях як секторі економіки, що створює додаткову вартість, робочі місця шляхом виробництва та експлуатації інтелектуальної власності. Британський Департамент Культури, ЗМІ та Спорту (DCMS) трактує креативні індустрії як діяльність, що спирається на особисту креативність, майстерність і талант, має потенціал до створення багатства і робочих місць шляхом продукування та використання інтелектуальної власності [30].

У Законі України «Про культуру» креативні індустрії визначено як «перелік видів економічної діяльності, що мають потенціал до створення доданої вартості та робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а їх продукти та послуги є наслідком індивідуальної творчості, навичок і таланту» [13]. Вагому роль інтелектуальної власності в структурі сучасної інноваційної економіки відзначає Український центр культурних досліджень, визначаючи креативні індустрії, як «діяльність, що спирається на особисту креативність, майстерність і талант, та має потенціал до створення багатства і робочих місць шляхом продукування та використання інтелектуальної власності» [11].

Таким чином, креативні індустрії, як інноваційні соціальні практики постіндустріальної доби, що поєднують в собі творчу, культурну та економічну компоненту, стають полем пошуку нових соціальних та культурних смислів, інструментом особистісної і професійної самореалізації, фактором формування людського капіталу.

Засвоєння здобувачами вищої освіти засад функціонування культурної сфери, розвитку творчих мереж, вивчення інноваційного досвіду розвитку креативного сектору, шляхів створення можливостей доступу до культурного продукту сприятиме формуванню у них компетенцій у сфері креативного менеджменту та підприємництва.

Abstract

The **subject of studying** is the discipline "Creative Industries" are the basic principles of theory and practice, current trends and mechanisms of functioning of the creative industries.

The purpose of teaching the discipline "Creative Industries" is to form a scientific and professional worldview of the bachelor of specialty 073 "Management" in the field of creative industries and education of relevant professional and personal qualities needed by professionals and managers in the field of socio-cultural work.

The subject of study of the discipline "Creative Industries" are the main provisions of theory and practice, current trends and mechanisms of functioning of creative industries.

The structure of the «Creative industries» course includes:

1. Theoretical and methodological principles of creative industries research.
2. Global and domestic trends of creative industries development
3. Mechanisms of functioning of creative industries in Ukraine

As required educational and professional program students must:

know the content of the concepts of "creative industries", "cultural industries", "creative economy"; the basic functions and mechanisms of creative industry management; basic categories of the market and market relations of the creative industry; global and domestic trends of creative industries; basic conditions for the creative industries, features of functioning of creative industries in Ukraine.

be able to: generate ideas, brainstorm; carry out the professional duties of a creative manager; apply the acquired skills in future professional activity.

to have the skills: analysis of the state, problems and tendencies of development of creative industries; organization of work of creative teams; design and implementation of creative projects; attraction of financing for production and realization of socio-cultural projects; implementation of activities for promotion and implementation of social and cultural projects.

Key words: creative (cultural) industries, culture, creativeness, creative economy.

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		денна
Кількість кредитів – 4	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»	вибіркова
Модулів – 3	Спеціальність 073 – «Менеджмент»	Рік підготовки:
Змістових модулів – 3		3-й
ІНДЗ – творча робота		Семестр
Загальна кількість годин – 120		6-й
		Лекції
Тижневих годин: аудиторних – 1,9; самостійна та індивідуальна робота – 5,6	Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)	16 год.
		Практичні заняття
		-
		Лабораторні заняття
		14 год.
		Самостійна робота
		90 год.
		Індивідуальне завдання:
		творча робота
		Вид контролю:
		екзамен

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи з дисципліни становить 1:3.

Застосовані скорочення:

ЗВО – здобувач вищої освіти

ЗМ – змістовий модуль

СРЗВО – самостійна робота здобувача вищої освіти

РР – розрахункова робота

Дисципліна «Креативні індустрії» належить до вибіркових дисциплін (ВБ 11) освітньої програми «Менеджмент креативних дисциплін і соціальних інновацій» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, вивчається ЗВО на третьому курсі, у VI навчальному семестрі.

Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Креативні індустрії» є формування науково-професійного світогляду бакалаврів спеціальності 073 «Менеджмент» у царині креативних індустрій і виховання у них відповідних професійних і особистісних якостей, необхідних фахівцям і управлінцям в сфері соціально-культурної роботи.

Предметом вивчення навчальної дисципліни «Креативні індустрії» є основні положення теорії та практики, сучасні тренди та механізми функціонування креативних індустрій.

Креативна складова стає головною вимогою конкурентоспроможності будь-якої сфери діяльності. Успішне засвоєння дисципліни дозволяє бакалавру з менеджменту розширити коло застосування набутих раніше знань та практичних навичок для вирішення управлінських задач, зокрема - визначати сучасні пріоритетні напрями розвитку креативних індустрій, їх особливості, а також культуро-творчий та економічний потенціал.

Під час вивчення дисципліни здобувач вищої освіти (ЗВО) має набути або розширити наступні загальні (ЗК) та фахові (спеціальні - СК) компетентності, передбачені освітньою програмою:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення аналізу, синтезу.

ЗК11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК 16. Здатність роботи в команді над вирішенням завдань, пов'язаних із реальними випадками з управління у сфері менеджменту креативних індустрій і соціальних інновацій.

СК12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.

СК16. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм у сфері менеджменту креативних індустрій і соціальних інновацій.

СК17. Здатність управління у сфері креативних індустрій та соціальних інновацій та їх об'єднаннями в сучасних умовах на основі законів та закономірностей функціонування ринку.

Основні завдання вивчення дисципліни «Креативні індустрії»:

- ознайомлення з сучасним станом та тенденціями розвитку креативного сектору;

- вивчення різновидів креативних індустрій;

- засвоєння принципів застосування цих закономірностей для управління креативними індустріями та соціокультурною сферою.

Очікувані результати навчання з дисципліни

Під час вивчення дисципліни ЗВО має досягти або вдосконалити наступні програмні результати навчання (ПРН), передбачені освітньою програмою:

ПРН8. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.

ПРН10. Обґрунтовувати дієві інструменти мотивування персоналу організації.

ПРН11. Аналізувати ситуації та здійснювати комунікації у різних сферах діяльності організації.

ПРН16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН19. Розробляти та здійснювати ефективну брендингову діяльність підприємств креативних індустрій.

У підсумку ЗВО повинні

знати:

1. базові терміни та визначення в галузі креативних індустрій;
2. функції та механізми менеджменту творчої індустрії;
3. базові категорії ринку та ринкових відносин творчої індустрії;
4. світові та вітчизняні тренди креативних індустрій;
5. базові умови функціонування креативних індустрій;
6. тенденції функціонування креативних індустрій в Україні та у світі;

вміти:

1. розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері креативних індустрій;

2. розроблювати дієві інструменти ефективного впровадження та використання креативних індустрій;

3. визначати та розроблювати механізми ефективного використання креативного потенціалу суспільства;

4. самостійно виявляти проблеми при аналізі конкретних ситуацій розвитку креативних індустрій, пропонувати спосіб їх вирішення;

5. використовувати знання та навички управління в сфері креативних індустрій.

Критерії оцінювання результатів навчання

З тими ЗВО, які до проведення підсумкового семестрового контролю не встигли виконати всі обов'язкові види робіт та мають підсумкову оцінку від 0 до 19 балів (за шкалою оцінювання), проводяться додаткові індивідуальні заняття, за результатами яких визначається, наскільки глибоко засвоєний матеріал, та чи необхідне повторне вивчення дисципліни.

Дисципліну можна вважати такою, що засвоєна, якщо ЗВО:

1) знає:

- зміст понять «креативні індустрії», «культурні індустрії», «креативна економіка»;

- основні функції та механізми менеджменту творчої індустрії;

- поняття про базові категорії ринку та ринкових відносин творчої індустрії;

- світові та вітчизняні тренди креативних індустрій;

- базові умови функціонування креативних індустрій;

- особливості функціонування креативних індустрій в Україні та світі;

2) вміє:

- генерувати ідеї, проводити мозковий штурм;

- аналізувати стан, проблеми і тенденції розвитку креативних індустрій;

- здійснювати професійні обов'язки креативного менеджера;

- організовувати роботу творчих колективів;

- здійснювати діяльність із просування та реалізації соціально-культурних проєктів.

5 Засоби діагностики результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з дисципліни є поточний та семестровий контроль.

Поточний контроль складається з опитувань, які проводяться під час лекцій, а також – захисту розрахункових робіт. Запитання для поточного контролю знаходяться у відповідних методичних рекомендаціях.

Семестровий контроль проводиться у вигляді екзамену, запитання до якого на початку семестру розміщується у системі дистанційного навчання.

Екзаменаційні білети знаходяться в пакеті документації на дисципліну.

Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні засади дослідження креативних індустрій

Тема 1. Креативні індустрії: поняття та сутність

Поняття «культура», «творчість», «креативність» та похідні від них терміни «культурні індустрії» і «креативні індустрії». Поняття «креативні індустрії» та основні підходи до його розуміння.

Творчість та креативність. Природа креативності. Управління креативністю. Мислення і творчий потенціал особистості.

Основні підходи до розуміння культури. Культурний капітал. Масова культура. Взаємодія економіки та культури.

Сучасні тенденції розвитку культури в Україні та їх вплив на розвиток креативних індустрій.

Тема 2. Основні характеристики та класифікація креативних індустрій

Концепція креативних індустрій у західноєвропейському гуманітарному дискурсі. Основні напрямки концептуальної репрезентації креативних індустрій та основні підходи до визначення їх сутності.

Основні характеристики креативних індустрій. Суспільні функції креативних індустрій. Моделі креативних індустрій. Переваги та недоліки основних моделей креативних індустрій.

Класифікація креативних індустрій. Індустрії культурної спадщини. Індустрії традиційного мистецтва. Індустрії творчих послуг. Індустрії інноваційно-креативних послуг.

Тема 3. Креативні індустрії та креативне суспільство

Соціально-історичний і психологічний «контекст» творчості. Основні підходи до вивчення творчості та креативності: психофізіологічний (біометричний), когнітивний, системний.

Творчість як джерело суспільного та економічного прогресу. Наслідки зростаючої ролі креативності в суспільстві. Умови успішного протікання креативних процесів. Характер розподілу творчої діяльності. «Закон концентрації та розсіювання» творчої діяльності («закон Бредфорда»).

Вплив креативних індустрій на розвиток суспільства. Роль креативних індустрій в забезпеченні соціально-економічної стабільності. Завдання та проблеми сучасного розвитку креативних індустрій в Україні.

Роль креативності у формуванні конкурентоздатності держави. Значення інтелектуальної обдарованості для розвитку людської цивілізації.

Тема 4. Креативні індустрії як основа розвитку креативної економіки

Виникнення та становлення концепції креативної економіки. Концепція постіндустріалізму (Д. Белл, Дж. Нейсбіт, Е. Тоффлер). Концептуальні підходи до розуміння сутності креативної економіки.

Інтеграційний підхід до сутності креативної економіки. Креативна економіка та зміни у змісті і характері трудової діяльності.

Головні передумови та чинники виникнення нової економіки. Ознаки креативної економіки.

Роль креативної економіки в сталому соціально-економічному розвитку. Креативні індустрії як основа розвитку креативної економіки.

Змістовий модуль 2. Світові та вітчизняні тренди розвитку креативних індустрій

Тема 5. Світові тренди розвитку креативних індустрій

Креативні індустрії як складова стратегічної програми ЄС. Формування креативного простору країн-членів ЄС: Польщі, Естонії, Данії, Фінляндії.

Британський підхід до розвитку креативних індустрій. Досвід Німеччини у ревіталізації промислових зон. Американська модель креативної економіки. Особливості розвитку креативних індустрій країн Південно-Східної Азії.

Світові тренди розвитку креативних індустрій. Значимість креативних індустрій для політики містобудування. Ініціатива «Культурні столиці Європи».

Міжнародна практика доступу до фінансування. Розширення аудиторії та ринків. Заохочення інтернаціоналізації та співпраці.

Тема 6. Вітчизняні практики формування креативного простору

Передумови розвитку креативних індустрій в Україні. Наука в забезпеченні економічного розвитку України в контексті світових тенденцій.

Регіональний аспект розбудови креативної економіки. Перешкоди на шляху розвитку сектору креативних індустрій. Напрями державної політики. Створення стратегій та платформ залучення громадськості. Інноваційна політика регіонів у контексті децентралізації.

Стан розвитку креативних індустрій в Україні. Завдання і проблеми в Україні. Розвиток креативних індустрій – один із пріоритетних напрямків «Довгострокової національної стратегії розвитку культури до 2025 року».

Змістовий модуль 3. Механізми функціонування креативних індустрій в Україні

Тема 7. Система забезпечення розвитку креативних індустрій

Базові умови функціонування креативних індустрій. Нормативно-правове забезпечення функціонування креативних індустрій: міжнародні договори та угоди, Конституція України, Закони Верховної Ради, Укази Президента, постанови Уряду, накази міністерств і відомств, регіональні програми розвитку, інші нормативні документи.

Система фінансового забезпечення креативних індустрій. Державно-приватне партнерство. Інвестиційні кошти. Залучення кредитних коштів та кредитні ризики.

Інфраструктурне забезпечення. Вплив інфраструктури на функціонування індустрій інноваційно-креативних послуг. Креативні кластери, бізнес-інкубатори, технопарки, мережа креативних інститутів.

Кадрове забезпечення. Креативний клас та фактори його привабливості. Роль освіти для розвитку креативних індустрій.

Інформаційне забезпечення креативних індустрій. Інформаційно-комунікаційні технології в системі креативних індустрій. Авторське право.

Тема 8. Стратегія розвитку креативних індустрій в регіоні

Принципи реалізації регіональної стратегії розвитку креативних індустрій: обґрунтованість, прозорість, легітимність, сконцентрованість, адекватність, контрольованість, логічність, соціальна спрямованість, гармонізація інтересів, регіональна ініціативність та дієздатність.

Інструменти реалізації стратегій розвитку креативних індустрій в регіоні. Податкові інструменти стимулювання. Трансферні інструменти стимулювання.

Інноваційне інвестування регіональної науки та технологій. Державні та регіональні замовлення, контракти, гранти. Державно-приватне партнерство.

Креативний капітал: стратегії розвитку. Креативний клас. Інструменти стимулювання розвитку креативного класу.

Модернізація стандартів системи освіти. Освітні кредити та гранти. Технології залучення інвестицій в людський розвиток. Система креативної освіти. Освіта впродовж життя. Креативні практики в освіті менеджерів.

Структура навчальної дисципліни «Креативні індустрії»

Назви змістових модулів і тем		Кількість годин для денної форми навчання				
		Всього	У тому числі			
			Лек.	Прак.	Лаб.	Сам. роб.
1	2	3	4	5	6	7
ЗМ 1 Теоретико-методологічні засади дослідження креативних індустрій						
1	Креативні індустрії: поняття та сутність	14	2		2	10
2	Основні характеристики та класифікація креативних індустрій	16	2		2	12
3	Креативні індустрії та креативне суспільство	16	2		2	12
4	Креативні індустрії як основа розвитку креативної економіки	16	2		2	12
	Разом за змістовим модулем 1	60	8		6	46
ЗМ 2 Світові та вітчизняні тренди розвитку креативних індустрій						
5	Світові тренди розвитку креативних індустрій	14	2		2	10
6	Вітчизняні практики формування креативного простору	16	2		2	12
	Разом за змістовим модулем 2	30	4		4	22
ЗМ 3 Механізми функціонування креативних індустрій в Україні						
7	Система забезпечення розвитку креативних індустрій	16	2		2	12

8	Стратегія розвитку креативних індустрій в регіоні	14	2			12
	Разом за змістовим модулем 2	30	4		2	24
	Разом	120	16		14	90

Теми практичних (лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми лабораторного заняття	Кількість годин
1	Вступне заняття. Дослідження поняття та сутності креативних індустрій	2
2	Дослідження основних характеристик та класифікації креативних індустрій	2
3	Дослідження креативних індустрій як елементу креативного суспільства	2
4	Дослідження креативних індустрій як основи розвитку креативної економіки	2
5	Засвоєння світових трендів розвитку креативних індустрій	2
6	Аналіз вітчизняних практик формування креативного простору	2
7	Дослідження системи забезпечення розвитку креативних індустрій	2
	Разом	14

У курсі «Креативні індустрії» лекційний матеріал поєднується з практичними (лабораторними) заняттями, метою яких є формування практичних умінь у відповідності до вимог щодо рівня підготовки здобувачів вищої освіти, встановлених програмою дисципліни за конкретними розділами та темами.

В рамках вивчення дисципліни використовуються такі форми проведення лабораторних занять: *фронтальна* (всі студенти одночасно виконують одну і ту ж лабораторну роботу); *циклова* (роботи поділяються на декілька циклів відповідно до розділів лекційного курсу), *практикум* (проводиться після вивчення великих розділів курсу наприкінці семестру,

мають переважно повторювальний і узагальнюючий характер і розраховані на більшу самостійність студентів).

У ході навчальних занять передбачено використання активних та інтерактивних форм навчання (технологія співтворчості, розбір конкретних ситуацій, презентація доповідей з широким обговоренням в групах).

Виконання лабораторних робіт формує у здобувача вищої освіти *навчально-аналітичні вміння* (узагальнення та систематизація теоретичних знань); *поглиблені теоретичні знання загально-професійного та спеціального циклів*; *креативні вміння* (аналітичні, проєктивні, конструктивні).

Для підвищення ефективності проведення практичних (лабораторних) занять використовується методичний супровід занять і вправ у відповідності до профілю спеціальності; застосування тестового контролю, що визначає рівень теоретичної готовності студентів до лабораторного заняття; використання в практиці викладання пошукових лабораторних робіт, побудованих із застосуванням методів проблемного навчання; проведення лабораторних робіт і практичних занять із застосуванням завдань, диференційованих за рівнем складності.

ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття 1

Креативні індустрії: поняття та сутність

План

1. Теоретичний блок:

1. Сутність та основні підходи до розуміння культури.
2. Елементи культури.
3. Природа креативності та творчості.
4. Культурний капітал (П. Бурд'є, Д. Тросбі).
5. Поняття культурних та креативних індустрій.
6. Креативні індустрії та їх складові.

2. Розв'язок вправ, розбір ситуацій та вирішення творчих завдань:

1. Які парадигми культури ви можете виокремити?
2. Визначте основні елементи культури.
3. Визначте сутність та види культурного капіталу.
4. З'ясуйте в загальних рисах культурний капітал вашого регіону.

7. Перегляньте відео М. Соколова «Культурний капітал» [URL: <https://eln.stu.cn.ua/mod/workshop/view.php?id=76344>] і викладіть у вигляді тез власне розуміння виникнення потреби у розвитку креативності людини та креативної економіки.

Література: 1, 3, 4, 6, 9, 14.

Практичне заняття 2

Креативні індустрії: сутність та класифікація

План

1. Теоретичний блок:

1. Концепція креативних індустрій у західноєвропейському гуманітарному дискурсі.
2. Основні підходи до визначення сутності культурних/креативних індустрій.
3. Основні характеристики секторів креативних індустрій.
4. Моделі креативних індустрій.
5. Класифікація креативних індустрій.
6. Суспільні функції креативних індустрій.

2. Розв'язок вправ, розбір ситуацій та вирішення творчих завдань:

1. Що є запорукою успіху відомих письменників, архітекторів, бізнес-компаній?
2. Яку роль у сучасному глобалізованому світі відіграє креативність?
3. Який зв'язок між культурою і підприємництвом?
4. В чому полягає значення інтелектуальної обдарованості для розвитку людської цивілізації?
5. Перегляньте відео-лекцію Анни Карнаух, експертки з проєктного менеджменту в сфері культури «Підприємництво та культура: як це працює». [URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/project-management/lecture-17-1>]. Надайте класифікацію креативних індустрій.
6. Відтворіть у вигляді таблиці, які саме сектори формують культурні та креативні індустрії.

Література: 1, 4, 9, 11, 12, 13, 16, 19, 28.

Практичне заняття 3

Креативні індустрії та креативне суспільство

План

1. Теоретичний блок:

1. Креативність – головний людський капітал.
2. Умови успішного протікання креативних процесів.
3. Характер розподілу творчої діяльності. «Закон концентрації та розсіювання» творчої діяльності («закон Бредфорда»).
4. Творчість та креативність як джерело суспільного поступу.
5. Наслідки зростаючої ролі креативності в суспільстві.
6. Роль креативності у формуванні конкурентоздатності держави.
7. Значення інтелектуальної обдарованості для розвитку людської цивілізації.

2. Розв'язок вправ, розбір ситуацій та вирішення творчих завдань:

1. Вправи на розвиток креативності:

✓ Ваше завдання полягає в тому, щоб придумати якомога більше способів застосування звичайних речей, які ви використовуєте на вашому робочому місці. Наприклад: флешка, чашка, ручка або килимок для мишки.

✓ «Незвичне життя речей»: за хвилину напишіть максимальну кількість способів застосування серветок / свічки / хлібу тощо.

✓ Виділіть собі 30-45 хвилин на творчість, яка вам найбільше подобалась у дитинстві. Це може бути малювання, аплікація, ліпка, написання віршів.

✓ «Генератор маячні»: перерахуйте, що спільного, наприклад, у студента та паперу (щонайменше 10 пунктів!) або у голови та картини.

✓ Виконайте звичну задачу у незвичний спосіб. Це може бути що завгодно: робити лівою рукою те, що зазвичай робите правою, піти на роботу іншим маршрутом, змінити налаштування інтерфейсу в смартфоні тощо.

✓ Вигадайте для себе завдання зі штучним обмеженням: наприклад, написати історію, не використовуючи певну літеру тощо.

2. Перегляньте відео Тетяни Бондар «Розвиваємо креативність: топ-5 інструментів і ресурсів» [URL: <https://www.youtube.com/watch?v=h--fznnXdaQ>].

Визначте інструменти розвитку креативності.

3. Перегляньте відео Олексія Долгачова «Українська мрія та креативне мислення» [URL: <https://creativecountry.org/aboutcreate/>]. Підготуйте та захистіть проєкт «Україна – креативна країна».

4. Чи пригнічують школи креативність і як це подолати?

Перегляньте та обговоріть у групах відео Кена Робінсона. [URL: <https://rk.kr.ua/svitovii-bestseller-pro-te-jak-zminiti-osvitnju-sistemu-prezentujut-u-kropivnitskomu>]. Відповідь на питання обговоріть у малих групах.

Література: 3, 4, 5, 14, 16, 25,29, 37, 38.

Практичне заняття 4

Креативні індустрії як основа розвитку креативної економіки

План

1. Теоретичний блок:

1. Сутність креативної економіки, передумови виникнення.
2. Вивчення економічних ефектів розвитку креативних індустрій.
3. Креативна економіка та основні складові її формування: творчість, інтелектуальна власність, управління, капітал та економічний благоустрій (або цінність).
4. Ознаки креативної економіки.
5. Формування креативного капіталу економіки.
6. Креативні індустрії як основа розвитку креативної економіки.

2. Розв'язок вправ, розбір ситуацій та вирішення творчих завдань:

1. Визначте ті сфери діяльності, які можуть бути віднесені до креативних галузей економіки.
2. Наведіть приклади агентств з розвитку творчих індустрій.
3. Спробуйте спроектувати в загальних рисах стратегію діяльності державного, регіонального або незалежного агентства з розвитку творчих індустрій в вашому регіоні.
4. Перегляньте відео Д.Хонінса «Креативна економіка» і викладіть власне розуміння виникнення потреби у розвитку креативності людини та креативної економіки.

[URL: https://www.youtube.com/watch?v=rCqhnIpQ_Xw. Проаналізуйте та наведіть ключові аспекти доповіді.

Література: 3, 4, 7, 12, 18, 26, 34.

Практичне заняття 5

Світові тренди розвитку креативних індустрій

План

1. Теоретичний блок:

1. Креативні індустрії як складова стратегічної програми ЄС.
2. Формування креативного простору країн-членів ЄС: Польщі, Естонії, Данії, Фінляндії.
3. Британський підхід до розвитку креативних індустрій.
4. Досвід Німеччини у ревіталізації промислових зон.
5. Американська модель креативної економіки.
6. Особливості розвитку креативних індустрій країн Південно-Східної Азії.

2. Розв'язок вправ, розбір ситуацій та вирішення творчих завдань:

1. Які тренди розвитку креативних індустрій ви могли б виділити?
2. Оцініть значимість креативних індустрій для політики містобудування.
3. Наведіть приклади розвитку європейських міських ініціатив. Оцініть значення ініціативи «Культурні столиці Європи» для розвитку креативних індустрій.
4. Визначте фактори приваблення креативного класу.

Література: 4, 19, 21, 24, 39.

Практичне заняття 6

Вітчизняні практики формування креативного простору

План

1. Теоретичний блок:

1. Передумови розвитку креативних індустрій в Україні.
2. Сучасні тенденції розвитку культури в Україні та їх вплив на розвиток креативних індустрій.
3. Інноваційна культурна політика регіонів у контексті децентралізації.
4. Створення стратегій та платформ залучення громадськості.
5. Стан розвитку креативних індустрій в Україні: завдання і проблем.

2. Розв'язок вправ, розбір ситуацій та вирішення творчих завдань:

1. Розвиток креативних індустрій – один із пріоритетних напрямків «Довгострокової національної стратегії розвитку культури до 2025 року».

2. Оцініть значимість креативних індустрій для вітчизняної політики містобудування.

3. Проаналізуйте звіт К.Фаріньї про розвиток культурних і креативних індустрій в Україні, підготовлений за підтримки Програми ЄС та Східного партнерства [Електронний ресурс. URL: www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine_UA.p].

4. Розгляньте приклади подібних проєктів в Україні: бізнес-план, бюджет та методи фінансування.

Література: 1, 2, 3, 13, 22, 23, 26.

Практичне заняття 7

Система забезпечення розвитку креативних індустрій

План

1. Теоретичний блок:

1. Базові умови функціонування креативних індустрій.
2. Нормативно-правове забезпечення функціонування креативних індустрій.
3. Система фінансового забезпечення креативних індустрій.
4. Інфраструктурне забезпечення.
5. Кадрове забезпечення.
6. Інформаційне забезпечення креативних індустрій.

2. Розв'язок вправ, розбір ситуацій та вирішення творчих завдань:

1. Проаналізуйте міжнародні договори та угоди, Конституція України, Закони Верховної Ради, Укази Президента, постанови Уряду, накази міністерств і відомств, регіональні програми розвитку, інші нормативні документи.

2. Наведіть приклади державно-приватного партнерства у розвитку креативних індустрій. Охарактеризуйте механізми залучення інвестиційних коштів та кредитні ризики у вашому регіоні.

3. Дайте оцінку впливу інфраструктури на функціонування індустрій інноваційно-креативних послуг. Наведіть приклад успішних практик у

створенні креативної інфраструктури: креативних кластерів, бізнес-інкубаторів, технопарків, хабів, мережі креативних інститутів.

4. Поміркуйте над значенням інформаційно-комунікаційні технології в системі креативних індустрій.

5. Авторське право. Передача прав на твір, специфіка укладення договорів у сфері креативних індустрій.

Література: 2, 10, 16, 19, 25, 37, 40.

Самостійна робота

№ з/п	Теми для самостійної роботи студентів	Кількість годин
1	Креативні індустрії: поняття та сутність	10
2	Характеристика та класифікація креативних індустрій	12
3	Креативні індустрії та креативне суспільство	12
4	Креативні індустрії як основа розвитку креативної економіки	12
5	Світові тренди розвитку креативних індустрій	10
6	Вітчизняні практики формування креативного простору	12
7	Система забезпечення розвитку креативних індустрій	12
8	Фактори впливу на розвиток креативних індустрій	12
	Разом	90

Самостійна робота здобувачів вищої освіти (СРЗВО) – це діяльність студентів, яку вони здійснюють без безпосередньої допомоги і вказівок викладача, керуючись сформованими раніше уявленнями про порядок і правильності виконання операцій.

Мета СРЗВО в процесі навчання полягає як в засвоєнні знань, так і в формуванні вмінь і навичок щодо їх використання в нових умовах на новому навчальному матеріалі.

Самостійна робота покликана забезпечувати можливість здійснення студентами самостійної пізнавальної діяльності в навчанні, і є видом навчальної праці, що сприяє формуванню у студентів самостійності.

У курсі «Креативні індустрії» в якості самостійної роботи передбачається самостійне вивчення деяких теоретичних питань, підготовка доповідей і повідомлень, аналіз конкретних ситуацій, написання есе та виконання творчих робіт – підготовка індивідуальних або групових проєктів.

Індивідуальні навчально-дослідні завдання

Індивідуальні навчально-дослідні завдання (ІНДЗ) з дисципліни «Креативні індустрії» представляють собою позааудиторну самостійну роботу навчально-дослідного характеру.

Їх виконання сприяє створенню умов для якнайповнішої реалізації творчих можливостей здобувачів вищої освіти і має на меті поглиблення, узагальнення та закріплення знань, які вони одержують у процесі навчання, а також застосування цих знань на практиці.

Індивідуальні завдання видаються ЗВО у терміни, передбачені робочим планом дисципліни, і виконуються ними самостійно при консультуванні викладачем.

Робочим планом передбачено виконання розрахункової роботи. Дана робота включає розробку та захист здобувачами вищої освіти індивідуального чи групового проєкту – розрахунок витрат (кошторису) та джерел фінансування на проведення івент-заходу.

Перелік тем робіт та методичні рекомендації до їх виконання наведені нижче. Виконання розрахункової роботи передбачає:

- ✓ дослідження складності бренду події;
- ✓ ідентифікацію потенційних клієнтів - учасників події;
- ✓ створення концепції події;
- ✓ планування логістики події й координування його технічних аспектів аж до реалізації практичних методів його проведення й організації;
- ✓ розрахунок витрат (кошторису) та джерел фінансування на проведення

Такою подією може бути презентація, круглий стіл, корпоративний захід, відкритий масовий захід тощо.

Завдання на розрахункову роботу – розрахунок витрат (кошторису) та джерел фінансування на проведення:

- інформаційного заходу (прес-конференції, рекламної кампанії);
- презентації фірми/громадської організації/проєкту;
- Дня відкритих дверей закладу;
- тематичної екскурсії;
- виставки;
- ярмарку;
- конференції;
- фестивалю;
- ювілею фірми, підприємства;
- спартакіади тощо.

Методи контролю

Оцінювання знань ЗВО здійснюється відповідно до «Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань ЗВО Чернігівського національного технологічного університету», погодженого вченою радою ЧНТУ (протокол № 9 від 26.10.2015 р.) та затвердженого наказом ректора ЧНТУ від 29.10.2015 р. №181.

З дисципліни ЗВО може набрати до 60% підсумкової оцінки за виконання всіх видів робіт, що виконуються протягом семестру і до 40% підсумкової оцінки – на екзамені.

Виконання та особистий захист розрахункової роботи, зазначеної у робочій навчальній програмі з дисципліни, є обов'язковими. Поточний контроль проводиться шляхом спілкування із ЗВО під час лекцій та консультацій та опитувань ЗВО на лабораторних заняттях.

Результати поточного контролю за відповідний модуль оприлюднюються викладачем на наступному аудиторному занятті. Бали, які набрані ЗВО під час модульних контролів, складають оцінку поточного контролю.

Семестровий контроль у вигляді екзамену проводиться під час сесії з трьома теоретичними (по 13, 13 і 14 балів відповідно за кожне) завданнями. Оцінка за результатами вивчення дисципліни формується шляхом додавання підсумкових результатів поточного контролю до екзаменаційної оцінки.

У випадку повторного складання екзамену всі набрані протягом семестру бали анулюються, а повторний екзамен складається з трьома теоретичними (по 13, 13 і 14 балів відповідно за кожне) питаннями.

У випадку, якщо ЗВО протягом семестру не виконав в повному обсязі передбачених робочою програмою всіх видів навчальної роботи або не набрав мінімально необхідну кількість балів (20), він не допускається до

складання екзамену під час сесії, але має право ліквідувати академічну заборгованість у порядку, передбаченому «Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань ЗВО ЧНТУ». Повторне складання екзамену з метою підвищення позитивної оцінки не дозволяється.

Розподіл балів, які отримують ЗВО

Модуль за тематичним планом дисципліни та форма контролю		Кількість балів
ЗМ 1. Теоретико-методологічні основи дослідження креативних індустрій		26
1.	Повнота ведення конспектів занять.	4
2.	Підготовленість до лабораторних робіт.	12
	Тема 1:	3
	Тема 2:	3
	Тема 3:	3
	Тема 4:	3
3.	Самостійна робота (теми 1-4)	6
4.	Модульна контрольна робота 1	4
ЗМ 2. Світові та вітчизняні тренди розвитку креативних індустрій		12
1.	Повнота ведення конспектів занять.	3
2.	Підготовленість до лабораторних робіт.	6
	Тема 5:	3
	Тема 6:	3
3.	Самостійна робота (теми 5-6)	3
ЗМ 3. Механізми функціонування креативних індустрій в Україні		12
1.	Повнота ведення конспектів занять.	2
2.	Підготовленість до лабораторних робіт.	3
	Тема 7:	3

3.	Самостійна робота (тема 7)	2
4.	Модульна контрольна робота 2	5
Оцінка за розрахункову роботу		10
Семестрова оцінка поточного контролю		60

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсової роботи	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
66-74	D	Задовільно	
60-65	E		
0-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання

Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

Лекційний матеріал подається у вигляді презентацій за допомогою медіа-проектора. Під час лекцій аналізуються проблемні ситуації, організовується зворотний зв'язок з аудиторією шляхом формулювання запитань і стислих відповідей з обох сторін. На практичних заняттях розглядаються теоретичні положення відповідно до тематичного плану занять та розв'язуються практичні кейси.

Методичне забезпечення

1. **Креативні індустрії.** Робоча програма дисципліни «Креативні

індустрії» для здобувачів вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент», освітня програма «Менеджмент креативних індустрій і соціальних інновацій». / Укл. Н.В. Шакун. – Чернігів: ЧНТУ, 2019.

2. Сайт дистанційного навчання ЧНТУ, курс «Креативні індустрії». Автор Н.В. Шакун. URL: <https://eln.stu.cn.ua/course/view.php?id=3466>

Глосарій креативних індустрій

[джерело: 11]

АВТОНОМІЯ (гр. *autonomia* – незалежність) право самостійного управління. Певна ступінь децентралізації. Незалежність від зовнішнього контролю і впливу. В контексті культурної індустрії означає відносну незалежність митців або творчих організацій від контролю та впливу (наприклад, зі сторони власника).

АВТОРСЬКЕ ПРАВО (*copyright*) – пакет виняткових прав, пов'язаних з культурними продуктами та витворами мистецтва зокрема. «Якщо твір є об'єктом авторського права, то власникам авторського права дозволено здійснювати з твором певні дії, які не дозволено здійснювати тим, хто цього права не має (якщо тільки вони не отримали ліцензію від тримача прав)» [87, с. 421]. До подібних дій відносять копіювання творів, створення адаптацій та похідних творів, використання частин твору, випуск копій для ринку, виконання творів на публіці, використання творів у публічному представленні. (Див. Інтелектуальне право власності.)

ГЕОКУЛЬТУРНІ РИНКИ – ринки культурних товарів та послуг, які охоплюють більше однієї національної держави та об'єднані спільними характерними рисами культурного середовища (мова, релігія, стиль життя, традиції).

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ (англ. *globalization*)- перетворення певного явища на світове, планетарне; посилення взаємодії різних частин світу. Глобалізація – явище у своїй основі об'єктивне, носить системний характер, оскільки охоплює усі сфери життя суспільства. Це процес всесвітньої економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації. Несе загрозу в першу чергу для самобутніх культур, оскільки зумовлює посилення ринкових принципів в культурному середовищі. Умовою успішної конкуренції є активне впровадження технологічних інструментів, програмного забезпечення та економічних механізмів у процесі створення культурного продукту.

ГЛОКАЛІЗАЦІЯ (англ. *Glocalisation*) – це процес соціально-економічного, культурного розвитку, який характеризується збереженням і посиленням регіональних відмінностей в умовах. Замість уніфікації виникають і набирають силу наступні явища: загострення інтересу до локальних та регіональних особливостей, зростання інтересу до традицій, відродження діалектів. Серед потенційних загроз – сепаратизм.

ГЛОКАЛЬНИЙ – комбінація локального та глобального. При веденні підприємницької діяльності глокальний означає глобальний розвиток за умови підлаштування до місцевих умов. Для культурних організацій це означає необхідність слідування міжнародним вимогам та дотримання стандартів, включення до міжнародних мереж. Створюються умови для доступу місцевих культурних продуктів до світового ринку.

ДЕМОНСТРАТИВНЕ СПОЖИВАННЯ – споживання благ з метою полегшення комунікаційного процесу, зменшення трансакційних витрат та демонстрації приналежності до певної групи.

ДЕУТИЛІЗАЦІЯ СПОЖИВАННЯ – зміна мети споживання на користь нематеріальних цінностей, яке не веде до збільшення очевидної матеріальної корисності.

ДИГІТАЛІЗАЦІЯ – залучення цифрового способу зберігання та передачі інформації в культурному виробництві, використання цифрових систем передачі сигналу.

ДИСТРИБУЦІЙНІ ІНДУСТРІЇ АБО ІНДУСТРІЇ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ – галузі, які пов'язані з розподілом і продажем культурних продуктів (товарів та послуг): кінопрокат, концертно-гастрольна діяльність, виставкова діяльність та ін.

ДИСТРИБУЦІЯ – розповсюдження; комплекс взаємопов'язаних функцій, які реалізуються в процесі розподілення матеріального потоку між різними, як правило, гуртовими покупцями. Дистрибутори виступають активними гравцями кіноіндустрії.

ЕСТЕТИЧНІ ПОТРЕБИ – потреби людини в отриманні вражень від споглядання прекрасного та гармонійного.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ – один з основних ресурсів культурних та креативних індустрій. Інтелектуальний капітал компаній складається з рівня освіти, професіоналізму, самоорганізації і творчих здібностей персоналу, а також включає інтелектуальну власність та інфраструктурні активи.

ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ – процес посилення взаємозв'язків та взаємозалежностей між різними державами, в результаті чого виникають міжнародні об'єднання в різних сферах (економіка, культура, політика та

ін.); процес купівлі компанією, яка базується в одній державі підприємств в іншій або створення мережі партнерських зв'язків з ними. Дозволяє спростити адаптацію продукту виробленого в регіоні до мовних та культурних особливостей іншого регіону.

ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО – термін, який використовується для сучасних або майбутніх суспільств, в яких інформація та знання визнані як основний фактор функціонування суспільства.

КАРТУВАННЯ АБО МЕППІНГ ТЕРИТОРІЙ – технологія складання карти історико-культурно-географічних, інституційних, організаційних і людських ресурсів території для оцінки потенціалу творчого сектора, визначення його можливостей і потреб. На основі отриманої карти мають формуватися стратегії розвитку творчих індустрій і регіональна культурна політика. Картування може здійснюватися як для творчих індустрій в цілому, так і для окремих секторів (наприклад, тільки музика і музичне продюсування та ін.).

КОЛАБОРАТИВНА ФІЛЬТРАЦІЯ – відбір комунікаційних каналів відповідно до приналежності до окремих об'єднань-колаборацій.

КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ – це процес перетворення результатів інтелектуальної праці на ринковий товар. Майнові права інтелектуальної власності мають економічну цінність. В умовах ринкової економіки можуть бути товаром, що реалізується на договірних засадах. Метою комерціалізації є отримання прибутку за рахунок використання об'єктів права інтелектуальної власності у власному виробництві або продажу чи передачі прав на їх використання іншими юридичним або фізичним особам.

КОММОДИФІКАЦІЯ КУЛЬТУРИ – історичний процес, завдяки якому культурні об'єкти та послуги набувають якостей товару та виробляються для купівлі-продажу на ринках.

КОНВЕРГЕНЦІЯ – процес зближення 1) культурних форм – розміщення різних компонентів культурних виразів на одному носії або інформаційному порталі; 2) медіа – процес дублювання контенту або створення альтернативних медіа платформ через об'єднання послуг в сфері телекомунікацій, комп'ютерних мереж та медіа в єдину динамічну цілісну систему.

КРЕАТИВНЕ МІСТО – 1) теоретична концепція побудована навколо ідеї міської креативності; 2) місто, в якому серед населення переважає креативний клас та створена вся необхідна інфраструктура для його існування та розвитку; 3) місто з підвищеною концентрацією культурних та креативних індустрій.

КРЕАТИВНИЙ ХАБ (англ. *hub* – центр, вузол) – це творчий центр, який надає простір та забезпечує умови для творчої роботи; спосіб організації роботи, в основі якого лежить динамічне поєднання різноманітних талантів, дисциплін та навичок для посилення інноваційного потенціалу проекту. До основних видів таких центрів належать: коворкінги, майстерні, інкубатори, лабораторії та кластери.

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ – діяльність, що спирається на особисту креативність, майстерність і талант, та має потенціал до створення багатства і робочих місць шляхом продукування та використання інтелектуальної власності. Поняття було введено як визначення специфічного об'єкту державної культурної політики Великобританії в 1998 р. з метою його відмежування від загальної культурної політики.

КРЕАТИВНІ КЛАСТЕРИ – це бізнес структури або групи пов'язаних компаній та інших інституцій, сконцентрованих в одному місці, успіх яких обумовлений їхньою тісною взаємодією, а основним середовищем діяльності є культурні та креативні індустрії.

КРЕАТИВНІСТЬ – здатність до творчого (дивергентного) мислення, передумова створення чогось нового і оригінального. Як властивість особистості виявляється в тенденції до вирішення проблем по-новому, новими засобами, методами.

КУЛЬТУРНА ЦІННІСТЬ – символічні, духовні, естетичні, автентичні, соціальні, історичні цінності, пов'язані з цінностями, специфічними для галузі мистецтва, які не можуть бути виражені в грошовому еквіваленті.

КУЛЬТУРНЕ ПІДПРИЄМСТВО – підприємство, яке здійснює діяльність, спрямовану на поширення художнього та культурного змісту, для досягнення мети соціального замовлення – культурного зростання громади. Культурне підприємство, як і будь-яке інше підприємство, потребує адекватних матеріальних і нематеріальних активів, тобто відповідний оборотний капітал для досягнення своєї інституційної місії.

КУЛЬТУРНІ ІНДУСТРІЇ (або індустрії культури) – (англ. *cultural industries*) 1. галузь виробництва; 2. виробництво товарів, як особливої форми виробництва культурних продуктів; 3. сектор творчих (креативних) індустрій, який продукує та розповсюджує товари та послуги в сфері культури (література, книговидавництво, видовищні мистецтва, музика та ін.); 4. галузь національного господарства та частина сфери культури, в межах якої відбувається масове виробництво, розподіл та перерозподіл культурних благ шляхом відтворення та тиражування унікальних мистецьких творів, прототипів та інформаційного змісту за допомогою техніки та технологій;

5. галузь національного господарства та частина сфери культури, в межах якої відбувається масове виробництво, розподіл та споживання об'єктів авторського права за допомогою техніки та технологій, створених з метою задоволення естетичних потреб.

КУЛЬТУРНИЙ ПРОДУКТ – товари та послуги, що включають у себе мистецтво (виконавське мистецтво, образотворче мистецтво, архітектура), збереження спадщини (музеї, галереї, бібліотеки), галузі культури (письмові медіа, трансляція, фільм, запис) та фестивалі.

МАРКЕТИЗАЦІЯ – процес поширення ринкових процесів обміну в середовищі культури, культурних індустрій та пов'язаних з ними секторах.

МЕЦЕНАТСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ – підготовка чи підтримка благодійних заходів, пов'язаних зі створенням, відтворенням чи використанням у встановленому законодавством порядку творів та інших об'єктів права інтелектуальної власності, зокрема благодійних гастрольних заходів, за умови забезпечення вільного доступу до таких заходів.

МУЛЬТИСЕКТОРАЛЬНА І МУЛЬТИМЕДІЙНА ІНТЕГРАЦІЯ – різновид конгломерації в культурі з метою посилення перехресного просування культурних товарів та послуг.

НЕ УТИЛІТАРНА ЦІННІСТЬ – культурна цінність – цінність зумовлена не матеріальною корисністю блага, а його естетичним наповненням.

ПОТОКОВА ЛОГІКА АБО МОДЕЛЬ – забезпечення безперервного потоку контенту. Притаманно для радіомовлення, телебачення та новинних медіа.

ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ – пакет виняткових прав, прив'язаних до різних форм знань та інформації, ідей або художніх витворів.

ПРОДЮСУВАННЯ – (від англ. produce – виробляти, продукувати) – це вид підприємницької діяльності в сфері створення, виробництва та просування культурного продукту. Здебільшого поняття «продюсування» використовується в музичній сфері, у сфері аудіовізуального виробництва (кіновиробництво, телебачення, радіо, комп'ютерні та відео ігри), а також у сфері театрального мистецтва.

СИМВОЛІЧНА КРЕАТИВНІСТЬ – процес створення символів, які реалізуються в текстах, зображеннях, звуках та образах. Д. Хезмондалш використовує цей термін замість мистецтва.

СПОНСОРСТВО – добровільна матеріальна, фінансова, організаційна та інша підтримка фізичними та юридичними особами будь-якої діяльності

з метою популяризації виключно свого імені, найменування, свого «знака» для товарів і послуг.

СУСПІЛЬНЕ МОВЛЕННЯ – мовлення спрямоване на надання інформаційних послуг країнам, регіонам та громадам, зазвичай носить некомерційний характер і здійснюється урядами або урядовими агентствами. Характеризується публічною звітністю, громадським фінансуванням, загальною доступністю та зверненням до аудиторії, як до громадян. Є результатом та інструментом розвитку громадянського суспільства.

УТИЛІТАРНА ЦІННІСТЬ – категорія, пов'язана з ринковими вимірами культури в основі якої покладено корисність.

Рекомендована література

Основна:

1. Культура та креативність для порозуміння та розвитку. Стратегія Українського культурного фонду на 2019-2021 роки. – 2019. – 37 с. – [Ел. ресурс]. Режим доступу до ресурсу:

<https://ucf.in.ua/storage/docs/12022019/Стратегія%20Українського%20культурного%20фонду.pdf>

2. Трач Ю. В. Креативні індустрії як міський феномен: можливості та перспективи // Культура України. – 2018. – Вип. 62. – С. 116-123.

3. Фарінья К. Розвиток культурних і креативних індустрій в Україні. Звіт підготовлений за підтримки Програми ЄС та Східного партнерства – [Ел. ресурс]. Режим доступу до ресурсу:

https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine_UA.p

4. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / пер. с англ. И. Кушнарево. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – 456 с.

Допоміжна

5. Андрюхина Л. М. Креативность, креативный капитал и креативные практики в образовании: монография / Л. М. Андрюхина; под ред. А. Г. Кислова. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2019. – 238 с

6. Богатырёва Е. А. Фактор времени в становлении культурных индустрий // Культурологический журнал – 2012. – № 1 (7). Эл. ресурс. Режим доступа: http://www.cr-journal.ru/rus/journals/118.html&j_id=9

7. В ЄС зростає попит на українську продукцію з високою доданою вартістю – торгпред [Ел. ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.unian.ua/eurobusiness/2051781>

8. Васильченко, В.С. та ін. Управління трудовим потенціалом: навч. посіб. / Васильченко В.С., Гриненко А.М., Грішнова О.А., Керб Л.П. – К.: КНЕУ, 2005. – 403 с. Режим доступу: <http://buklib.net/books/31304/>

9. Великий тлумачний словник української мови / Упоряд. Т.В. Ковальова. – Х.: Фоліо, 2005. – 767 с.

10. Від сквотів до хабів: звідки береться креативна економіка [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.culturepartnership.eu/ua/more-doc>

11. Глосарій креативних індустрій. [Ел. ресурс]. – Режим доступу: <http://uccs.org.ua/hlosarij-kreatyvnykh-industrij>

12. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови: монографія / С. А. Давимука, Л. І. Федулова; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України». – Львів, 2017. – 528 с.

13. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії» // [Ел. ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-viii>.

14. Інноваційне мислення при формуванні нових методологій управління процесами / Н. В. Шакун, С. Бушуєв, М. Дорош // Управління розвитком складних систем. – 2016. – № 26. – С. 49-57.

15. Кайдан Т. Як побудувати розумне місто. Хмарочос. Київський міський журнал. Режим доступу: <http://hmarochos.kiev.ua/2014/10/01/yak-pobuduvati-rozumnemisto-chastina-1>

16. Лэндри Ч. Креативный город. – М.: Изд. дом «Классика XXI», 2011. – 399.

17. Мельничук О та ін. Україна-2030. Доктрина збалансованого розвитку/ Мельничук О., Антонюк Л., Гуменна О., Жилінська О. – Львів: Кальварія, 2017. – 164 с.

18. Науменко П. Від ідеї створення нового продукту до реалізації інноваційного проекту // Інтелектуальна власність. – 2004. – № 1. – С. 33-38.

19. Проектування культурних центрів: посібник [Ел. ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/handbook/Design%20Handbook%20ua.pdf>.

20. Розпорядження Кабінету міністрів України «Про схвалення Експортної стратегії України («дорожньої карти» стратегічного розвитку

торгівлі) на 2017-2021 роки» [Ел. ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017>

21. Скиба М. Креативна економіка в Європі: 5 кроків для злету [Ел. ресурс] / Микола Скиба. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://life.pravda.com.ua/culture/2016/03/21/209710/>

22. Скільки українців займаються креативними індустріями [Ел. ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://www.the-village.com.ua/village/business/number_of_the_day/257505

23. Стан зовнішньоекономічних відносин із країнами Європейського Союзу в I півріччі 2017 року [Ел. ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

24. Турський І. В. Глобальні та регіональні тренди креативних індустрій та перспективи їх розвитку в Україні [Ел. ресурс] / І. В. Турський. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.elartu.tntu.edu.ua>

25. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Изд. дом “Классика XXI век”, 2007. – 421 с.

26. Харламова А. В Україні поки немає розуміння, що креативна економіка – це сектор економіки [Ел. ресурс] / Анна Харламова. – 2017. – Режим доступу: https://gazeta.ua/articles/economics/_vukrayini-poki-nemaye-rozuminnya-scho-kreativna-ekonomika-ce-sektor-ekonomiki

27. Хетагурі Л., Мгебрішвілі Ю. Чи є креативними креативні індустрії? // Демократія через культуру. – Ел. ресурс. Режим доступу <http://demcult.org/chi-ie-kreativnimi-kreativni-industrii>

28. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты / пер. с нем. М. Кузнецова. Москва; Санкт-Петербург : Медиум Ювента, 1997. – 312 с.

29. Шакун Н. В. Креативні індустрії як фактор формування людського капіталу / Н. В. Шакун // Конкурентоспроможність вищої освіти України в умовах інформаційного суспільства: зб. тез II Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Чернігів, 11 жовтня 2019 р.). – Чернігів: ЧНТУ, 2019. – С. 67-69.

30. Flew T., 2012 b. Origins of creative industries policy. In: Flew T. (ed.), The creative industries: Culture and policy. SAGE Publications Ltd, Los Angeles: 9–32).

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

31. Система дистанційного навчання ЧНТУ. Курс: Креативні індустрії. – [Ел. ресурс]. – Режим доступу : <http://eln.stu.cn.ua/>

32. Веб-сайт безкоштовних електронних підручників он-лайн «Гуманітарні науки» (<http://www.chitalca.html>).

33. Веб-сайт Національної бібліотеки України імені Вернадського www.nbuv.gov.ua

34. Посилання на сайт щорічного Міжнародного Форуму Креативна Україна <http://creativeukraine.org.ua/uk/>

35. Посилання на сайт Міністерства культури України http://195.78.68.75/mcu/control/uk/publish/officialcategory?cat_id=245328989

36. Інформація про міжнародні та всеукраїнські конкурси, фестивалі та інші періодичні культурно-мистецькі заходи (проєкти) http://195.78.68.75/mcu/control/uk/publish/article?art_id=245266929&cat_id=244970308

37. Посилання на сайт Культура і креативність, розроблений в рамках програми ЄС-Східна Європа в 2015-2018 рр. за підтримки Європейського Союзу <https://www.culturepartnership.eu/>

38. Он-лайн курси для менеджерів з культури. // Посилання на сайт Культура і креативність, розроблений в рамках програми ЄС-Східна Європа в 2015-2018 рр. за підтримки Європейського Союзу. – Режим доступу: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/online-learning>

39. Посилання на сайт UNESCO Creative Industries (англ.) <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-industries/>

40. Посилання на сайт Департаменту культури і туризму, національностей та релігій Чернігівської обласної державної адміністрації <http://cg.gov.ua/index.php?id=28229&tp=0>

41. Посилання на сайт Управління культури Чернігівської міської ради <https://chernigiv-rada.gov.ua/structur/id-1480/>.