

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»

Колледж креативных индустрий СКФУ в г. Ставрополе

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
к практическим занятиям

по (учебной) дисциплине ОПЦ.08 Предпринимательство в сфере креативных индустрий

Профессия 54.01.20 Графический дизайнер

Форма обучения _____ очная

Ставрополь, 2026 г.

Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Предпринимательство в сфере креативных индустрий» составлены в соответствии с требованиями ФГОС СПО и предназначены для студентов, обучающихся по профессии: 54.01.20 Графический дизайнер.

Методические указания для учебной дисциплины разработаны:

Осадчая С.С. доцент кафедры дизайна ВШКИ

СОДЕРЖАНИЕ

I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	
II. ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ	
III. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	
Практическое занятие №1 «Предпринимательская игра № 1 «В поисках рынка».»	
Практическое занятие №2 «Предпринимательская игра № 2 «Генерация креативной бизнес-идеи».	
Практическое занятие №3 «Предпринимательская игра № 3 «Создание ценности».	
Практическое занятие №4 «Практическая работа «Определение целей и задач маркетинга в соответствии со SMART. Разработка маркетинговых мероприятий и бюджетов».	
Практическое занятие №5 «Практическая работа «Маркетинговая стратегия бизнес-проекта».	
Практическое занятие №6 «Практическая работа «Стратегия продвижения бизнес-проекта в социальной сети».	
Практическое занятие №7 «Практическая работа «Составление плана обеспечения необходимыми ресурсами собственного бизнеса, ценообразования».	
Практическое занятие №8 «Практическая работа «Составление заявок на получение грантов, субсидий для финансирования собственного бизнеса в сфере креативных индустрий».	
Практическое занятие №9 «Практическая работа «Порядок обеспечения авторских прав и их регистрация на примере собственного продукта».	
Практическое занятие №10 «Практическая работа «Создание эффективной бизнес-модели проекта».	
Практическое занятие №11 «Практическая работа «Разработка презентации бизнес-проекта для инвестора».	
IV. СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	

I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1) Методические рекомендации по выполнению практических занятий по учебной дисциплине «Предпринимательство в сфере креативных индустрий» для профессии 54.01.20 Графический дизайнер в соответствии с ФГОС среднего профессионального образования и рабочей программой учебного курса.

2) В соответствии с ФГОС по дисциплине «Предпринимательство в сфере креативных индустрий» учебным планом предусмотрено 108 часов аудиторных занятий, в том числе 40 часов отведено на практические занятия.

3) Дидактической целью содержания практических занятий является формирование и развитие ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 2.4.; ПК 4.1.

4) В результате выполнения практических заданий студент должен:

уметь:

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в кото-ром приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности

- номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации

- содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования

- психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности

- особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
- современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности

- методики исследования рынка, сбора информации, ее анализа и структурирования;

теоретических основ композиционного построения в графическом и в объемно-пространственном дизайне; законов формообразования;

систематизирующих методов формообразования (модульность и комбинаторика); преобразующих методов формообразования (стилизация и трансформация);

законов создания цветовой гармонии; программных приложений работы с данными.

- программных приложений для представления макетов графического дизайна; основ менеджмента и коммуникации, договорных отношений; основ макетирования

- системы управления трудовыми ресурсами в организации; методов и форм самообучения и саморазвития на основе самопрезентации; способов управления конфликтами и борьбы со стрессом

знать:

- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;

анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)

- определять задачи поиска информации; определять необходимые источники информации;

планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска

- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования

- организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности

- грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе

- применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение
- проводить проектный анализ; производить расчеты основных технико-экономических показателей проектирования; собирать, обобщать и структурировать информацию
- осуществлять и организовывать представление разработанных макетов; подготавливать презентации разработанных макетов; защищать разработанные дизайн-макеты
- применять логические и интуитивные методы поиска новых идей и решений; осуществлять повышение квалификации посредством стажировок и курсов

II. ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Наименование разделов и тем	Содержание лабораторных и практических работ	Объем, ак. ч
1	2	3
Раздел 1. Производство продукта		12
Тема 1.1 Производство продукта	Предпринимательская игра № 1 «В поисках рынка».	4
	Предпринимательская игра № 2 «Генерация креативной бизнес-идеи».	4
	Предпринимательская игра № 3 «Создание ценности».	4
Раздел 2. Продвижение продукта		10
Тема 2.1. Продвижение продукта	Практическая работа «Определение целей и задач маркетинга в соответствии со SMART. Разработка маркетинговых мероприятий и бюджетов».	2
	Практическая работа «Маркетинговая стратегия бизнес-проекта».	4
	Практическая работа «Стратегия продвижения бизнес-проекта в социальной сети».	4
Раздел 3. Основы финансов и правового обеспечения предпринимательства		10
Тема 3.1 Основы финансов и правового	Практическая работа «Составление плана обеспечения необходимыми ресурсами собственного бизнеса, ценообразования».	2
	Практическая работа «Составление заявок на получение грантов, субсидий для финансирования собственного бизнеса в сфере креативных индустрий».	4
	Практическая работа «Порядок обеспечения авторских прав и их регистрация на примере собственного продукта».	4
Раздел 4. Менеджмент		8
Тема 4.1 Менеджмент креативных	Практическая работа «Создание эффективной бизнес-модели проекта».	4
	Практическая работа «Разработка презентации бизнес-проекта для инвестора».	4

III. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Практическое занятие №1 «Предпринимательская игра № 1 «В поисках рынка»

Тема 1.1 Производство продукта

Цель: развить навыки анализа рынка и понимания потребностей целевой аудитории, а также научить студентов применять теоретические знания о производстве продукта на практике. Участники игры будут работать в командах, чтобы разработать концепцию продукта, который будет соответствовать потребностям рынка.

Теоретический материал:

1. Понимание рынка:

- Рынок — это совокупность всех покупателей и продавцов, которые взаимодействуют друг с другом для обмена товарами и услугами.
- Важно понимать, что рынок состоит из различных сегментов, каждый из которых имеет свои уникальные потребности и предпочтения.

2. Исследование рынка:

- Исследование рынка включает в себя сбор и анализ информации о потребителях, конкурентах и рыночных условиях.
- Методы исследования могут включать опросы, фокус-группы, анализ вторичных данных и наблюдение.

3. Целевая аудитория:

- Целевая аудитория — это группа потребителей, на которую направлены маркетинговые усилия.
- Определение целевой аудитории включает в себя анализ демографических, психографических и поведенческих характеристик.

4. Разработка продукта:

- Разработка продукта включает в себя создание концепции, проектирование, тестирование и внедрение продукта на рынок.
- Важно учитывать потребности целевой аудитории на каждом этапе разработки.

5. Прототипирование и тестирование:

- Прототипирование — это создание предварительной версии продукта для тестирования его концепции и функциональности.
- Тестирование позволяет получить обратную связь от потенциальных пользователей и внести необходимые изменения перед запуском продукта.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое рынок и какие его основные компоненты?
2. Какие методы исследования рынка вы знаете и как они могут быть применены?
3. Каковы основные характеристики целевой аудитории?
4. Какие этапы включает в себя процесс разработки продукта?
5. Почему важно тестировать продукт перед его запуском на рынок?

Задание:

1. Разделитесь на команды по 4-5 человек.
2. Каждая команда должна выбрать одну из следующих категорий продуктов:
 - Технологические гаджеты
 - Одежда и аксессуары
 - Услуги в сфере развлечений
 - Продукты питания

3. Проведите исследование рынка для выбранной категории. Определите целевую аудиторию и их потребности.
4. Разработайте концепцию продукта, который будет удовлетворять потребности целевой аудитории. Опишите его уникальные характеристики и преимущества.
5. Создайте прототип (можно в виде рисунка или модели) и подготовьте презентацию для защиты своей идеи.

Порядок и методика выполнения заданий:

1. **Формирование команд:** Студенты делятся на команды по 4-5 человек.
2. **Выбор категории продукта:** Каждая команда выбирает одну из предложенных категорий.
3. **Исследование рынка:** Команды проводят исследование, используя доступные ресурсы (интернет, книги, опросы среди однокурсников и т.д.).
 - Определите целевую аудиторию, их потребности и предпочтения.
4. **Разработка концепции продукта:** На основе собранной информации команды разрабатывают концепцию продукта, включая его уникальные характеристики и преимущества.
5. **Создание прототипа:** Команды создают прототип продукта (можно использовать бумагу, картон, материалы для моделирования и т.д.).
6. **Подготовка презентации:** Каждая команда готовит краткую презентацию (5-7 минут) для защиты своей идеи перед классом.
7. **Защита проектов:** Команды представляют свои концепции и прототипы, отвечают на вопросы и получают обратную связь от преподавателя и других студентов.

Практическое занятие №2 «Предпринимательская игра № 2 «Генерация креативной бизнес-идеи».

Тема 1.1 Производство продукта

Цель: развить навыки генерации креативных бизнес-идей, а также научить студентов применять методы креативного мышления для разработки инновационных продуктов в сфере креативных индустрий.

Теоретический материал:

1. Креативное мышление:

- Креативное мышление — это способность генерировать новые и оригинальные идеи. Оно включает в себя использование воображения и нестандартного подхода к решению проблем.
- Важные аспекты креативного мышления: открытость к новым идеям, готовность к экспериментам и способность видеть вещи под новым углом.

2. Методы генерации идей:

- **Мозговой штурм:** Группа людей собирается для свободного обмена идеями. Важно не критиковать идеи на этом этапе, чтобы создать атмосферу доверия и свободы.
- **Метод SCAMPER:** Этот метод включает в себя семь стратегий для модификации существующих идей: Substitute (заменить), Combine (сочетать), Adapt (адаптировать), Modify (модифицировать), Put to another use (использовать по-другому), Eliminate (исключить), Reverse (обратить).
- **Карта ума:** Визуальный способ организации идей, который помогает увидеть связи между различными концепциями и развивать их.

3. Оценка идей:

- После генерации идей важно провести их оценку. Это может включать в себя анализ жизнеспособности, рыночного потенциала и соответствия потребностям целевой аудитории.
- Используйте критерии, такие как оригинальность, осуществимость, коммерческий потенциал и соответствие текущим трендам.

4. Прототипирование:

- Прототипирование — это создание предварительной версии продукта для тестирования его концепции и функциональности. Это позволяет получить обратную связь и внести необходимые изменения до запуска на рынок.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое креативное мышление и почему оно важно для предпринимательства?
2. Какие методы генерации идей вы знаете и как они могут быть применены в практике?
3. Каковы основные этапы оценки бизнес-идей?
4. Что такое прототипирование и какую роль оно играет в процессе разработки продукта?
5. Как вы можете использовать метод SCAMPER для генерации новых идей?

Задание:

1. Разделитесь на команды по 4-5 человек.
2. Каждая команда должна выбрать одну из следующих категорий для генерации бизнес-идей:
 - Технологические инновации
 - Услуги в сфере искусства и дизайна
 - Экологически чистые продукты
 - Образовательные технологии
3. Используя методы генерации идей (мозговой штурм, SCAMPER, карта ума), каждая команда должна разработать как минимум три креативные бизнес-идеи в выбранной категории.
4. Оцените каждую из идей по критериям оригинальности, осуществимости и коммерческого потенциала. Выберите одну идею для дальнейшей разработки.
5. Создайте краткую презентацию (5-7 минут) для защиты выбранной идеи перед классом. Включите в презентацию описание идеи, целевую аудиторию, уникальные характеристики и план прототипирования.

Порядок и методика выполнения заданий:

1. **Формирование команд:** Студенты делятся на команды по 4-5 человек.
2. **Выбор категории:** Каждая команда выбирает одну из предложенных категорий для генерации идей.
3. **Генерация идей:** Команды используют методы генерации идей, чтобы разработать как минимум три бизнес-идеи.
- Важно создать открытую атмосферу, где каждый участник может свободно высказывать свои мысли.
4. **Оценка идей:** Команды оценивают свои идеи по установленным критериям и выбирают одну для дальнейшей разработки.
5. **Подготовка презентации:** Каждая команда готовит краткую презентацию для защиты своей идеи, включая все ключевые аспекты.
6. **Защита проектов:** Команды представляют свои идеи, отвечают на вопросы и получают обратную связь от преподавателя и других студентов.

Практическое занятие №3 «Предпринимательская игра № 3 «Создание ценности».

Тема 1.1 Производство продукта

Цель: научить студентов понимать и создавать ценность продукта, ориентируясь на потребности клиентов и особенности рынка креативных индустрий. Участники игры разовьют навыки формирования предложений, которые максимально удовлетворяют запросы целевой аудитории, а также освоят способы выявления и использования конкурентных преимуществ.

Теоретический материал:

1. Понятие ценности продукта:

- Ценность продукта — это совокупность выгод и преимуществ, которые получает клиент, приобретая данный товар или услугу.
- Ценность может быть функциональной (польза, качество, удобство), эмоциональной (ощущения, имидж) и социальной (статус, принадлежность к группе).

2. Создание ценности в креативных индустриях:

- В креативных индустриях ценность часто связана с уникальностью, инновационностью и эмоциональным откликом у потребителя.
- Важно формировать продукт, который не просто удовлетворит базовые потребности, но и создаст эмоциональную связь с аудиторией.

3. Понимание потребностей клиента:

- Эффективное создание ценности начинается с глубокого понимания потребностей, желаний и проблем целевой аудитории.
- Используются методы исследования — интервью, опросы, наблюдения.

4. Уникальное торговое предложение (УТП):

- УТП — то, что отличает продукт от конкурентов и делает его привлекательным для покупателя.
- Создание УТП — ключевой этап разработки продукта с точки зрения ценности.

5. Ценностное предложение и бизнес-модель:

- Ценностное предложение описывает, какую проблему клиента решает продукт и какую выгоду он предлагает.
- Этот элемент входит в бизнес-модель и помогает структурировать весь процесс создания и продажи продукта.

6. Методы оценки ценности:

- Анализ отзывов и обратной связи клиентов.
- Метрики удовлетворенности пользователей (NPS, CSAT).
- Анализ рыночного отклика и спроса.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое ценность продукта и какие типы ценности существуют?
2. Почему создание ценности особенно важно в креативных индустриях?
3. Какие методы помогают понять потребности клиентов?
4. Что такое уникальное торговое предложение (УТП) и какую роль оно играет?
5. Как можно оценить созданную ценность продукта?

Задание:

1. Разделитесь на команды по 4-5 человек.

2. Каждая команда выбирает или получает продукт из сферы креативных индустрий (например, приложение, арт-объект, дизайн-продукт и т.п.).
3. Исследуйте и сформулируйте ценностное предложение продукта, ориентируясь на потребности и желания целевой аудитории.
4. Определите, какое уникальное торговое предложение может выделять продукт на рынке.
5. Разработайте короткую презентацию (5-7 минут), в которой опишите:
 - Видимую ценность и выгоды для клиента
 - УТП продукта
 - Возможные методы оценки эффективности созданной ценности

Порядок и методика выполнения заданий:

1. **Формирование команд и выбор продукта:** Студенты объединяются в группы и получают или выбирают продукт для анализа.
2. **Анализ целевой аудитории:** Команды проводят исследование по сбору информации о потребностях потенциальных клиентов (можно использовать воображаемые интервью, опросы среди однокурсников).
3. **Формулирование ценностного предложения:** На основе анализа команда формирует ценностное предложение, описывающее, какую пользу продукт приносит клиентам.
4. **Определение УТП:** Команды разрабатывают уникальное торговое предложение, выделяющее продукт среди конкурентов.
5. **Подготовка и защита презентации:** Команды готовят презентацию и представляют результаты работы. Во время презентации происходит обсуждение и обратная связь от преподавателя и однокурсников.

Практическое занятие №4 «Практическая работа «Определение целей и задач маркетинга в соответствии со SMART. Разработка маркетинговых мероприятий и бюджетов».

Тема 2.1. Продвижение продукта

Цель: научить студентов формулировать четкие и измеримые цели и задачи маркетинга, используя методику SMART, а также разрабатывать маркетинговые мероприятия и соответствующие бюджеты для их реализации.

Теоретический материал:

1. Понятие маркетинговых целей и задач:

- Маркетинговые цели — это конкретные результаты, которых компания стремится достичь в процессе продвижения продукта на рынок. Они должны быть четко определены и измеримы.
- Задачи маркетинга — это конкретные шаги, которые необходимо предпринять для достижения поставленных целей.

2. Методика SMART:

- SMART — это акроним, который описывает критерии, которым должны соответствовать цели:
 - **S (Specific)** — Конкретные: цель должна быть четко сформулирована.
 - **M (Measurable)** — Измеримые: необходимо установить критерии для оценки достижения цели.

- **A (Achievable)** — Достижимые: цель должна быть реалистичной и достижимой.
- **R (Relevant)** — Актуальные: цель должна быть связана с общими целями бизнеса.
- **T (Time-bound)** — Ограниченные по времени: необходимо установить срок для достижения цели.

3. Разработка маркетинговых мероприятий:

- Маркетинговые мероприятия — это конкретные действия, которые будут предприняты для достижения поставленных целей. Они могут включать рекламные кампании, PR-мероприятия, акции, мероприятия по продвижению в социальных сетях и т.д.
- Важно учитывать целевую аудиторию и каналы коммуникации при разработке мероприятий.

4. Бюджетирование маркетинговых мероприятий:

- Бюджет — это финансовый план, который определяет, сколько средств будет выделено на каждое мероприятие.
- Бюджетирование включает в себя оценку затрат на рекламу, продвижение, исследования, материалы и другие расходы.
- Важно учитывать рентабельность инвестиций (ROI) при планировании бюджета.

5. Оценка эффективности:

- После реализации маркетинговых мероприятий необходимо оценить их эффективность. Это может включать анализ продаж, обратной связи от клиентов и других метрик.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое маркетинговые цели и задачи, и как они связаны между собой?
2. Каковы основные критерии методики SMART для формулирования целей?
3. Какие виды маркетинговых мероприятий могут быть использованы для продвижения продукта?
4. Как правильно составить бюджет для маркетинговых мероприятий?
5. Какие метрики можно использовать для оценки эффективности маркетинговых мероприятий?

Задание:

1. Разделитесь на команды по 4-5 человек.
2. Каждая команда выбирает продукт или услугу, которую они будут продвигать.
3. Определите маркетинговые цели и задачи для выбранного продукта, используя методику SMART.
4. Разработайте план маркетинговых мероприятий, которые помогут достичь поставленных целей.
5. Составьте бюджет для реализации каждого мероприятия, учитывая все возможные расходы.
6. Подготовьте краткую презентацию (5-7 минут), в которой опишите:
 - Поставленные цели и задачи
 - Разработанные мероприятия
 - Бюджет и ожидаемые результаты

Порядок и методика выполнения заданий:

1. **Формирование команд и выбор продукта:** Студенты объединяются в группы и выбирают продукт или услугу для продвижения.
2. **Определение целей и задач:** Команды формулируют маркетинговые цели и задачи, используя методику SMART.

3. **Разработка мероприятий:** На основе поставленных целей команды разрабатывают конкретные маркетинговые мероприятия, которые помогут достичь этих целей.
4. **Составление бюджета:** Команды оценивают затраты на каждое мероприятие и составляют общий бюджет.
5. **Подготовка и защита презентации:** Каждая команда готовит презентацию, в которой представит свои цели, задачи, мероприятия и бюджет.
6. **Защита проектов:** Команды представляют свои работы, отвечают на вопросы и получают обратную связь от преподавателя и других студентов.

Практическое занятие №5 «Практическая работа «Маркетинговая стратегия бизнес-проекта».

Тема 2.1. Продвижение продукта

Цель: сформировать у студентов навыки разработки комплексной маркетинговой стратегии для бизнес-проекта, ориентированной на продвижение креативного продукта, с учетом анализа рынка, целевой аудитории и конкурентных преимуществ.

Теоретический материал:

1. Понятие маркетинговой стратегии:

Маркетинговая стратегия — это долгосрочный план действий компании по продвижению продуктов или услуг на рынок с целью достижения коммерческого успеха. Она определяет, как предприятие будет создавать ценность для клиентов и выделяться на фоне конкурентов.

2. Основные компоненты маркетинговой стратегии:

- **Анализ рынка:** исследование состояния отрасли, рыночных тенденций и потенциальных клиентов.
- **Определение целевой аудитории:** сегментация рынка по демографическим, географическим, поведенческим и психографическим критериям.
- **Позиционирование:** создание уникального образа продукта в сознании потребителей.
- **Маркетинговый микс (4P):**
 - Product (Продукт): характеристика, качество, упаковка
 - Price (Цена): стратегия ценообразования
 - Place (Место): каналы сбыта
 - Promotion (Продвижение): рекламные и коммуникационные инструменты

3. Цели маркетинговой стратегии:

- Рост продаж и расширение доли рынка
- Укрепление бренда
- Повышение лояльности клиентов
- Запуск новых продуктов

4. Инструменты маркетингового анализа:

- SWOT-анализ (сильные и слабые стороны, возможности и угрозы)
- Анализ конкурентов
- Исследование потребителей

5. Особенности маркетинговых стратегий в креативных индустриях:

- Акцент на уникальности и эмоциональной составляющей продукта
- Важность инноваций и быстрого реагирования на тренды
- Использование цифровых и интерактивных каналов продвижения

Вопросы для самоконтроля:

1. Что входит в состав маркетинговой стратегии?
2. Как определить и сегментировать целевую аудиторию?
3. Какие основные элементы включает в себя маркетинговый микс?
4. В чем суть позиционирования продукта на рынке?
5. Какие методы анализа помогают сформировать эффективную маркетинговую стратегию?

Задание:

1. Объединитесь в команды по 4-5 человек.
2. Выберите или получите бизнес-проект в сфере креативных индустрий (например, запуск арт-галереи, производство дизайнерской одежды или мобильного приложения).
3. Проведите исследование рынка и определите целевую аудиторию для выбранного проекта.
4. Сформулируйте основные элементы маркетинговой стратегии: позиционирование, маркетинговый микс (4P).
5. Разработайте SWOT-анализ и кратко опишите конкурентную среду.
6. Подготовьте презентацию (7-10 минут), в которой представьте маркетинговую стратегию своего бизнес-проекта.

Порядок и методика выполнения заданий:

1. **Формирование команд и выбор проекта:** Студенты делятся на группы и выбирают бизнес-проект.
2. **Исследование рынка:** Команды проводят анализ рынка, выявляют сегменты целевой аудитории и их характеристики.
3. **Разработка стратегии:** Формулируют позиционирование, маркетинговый микс и SWOT-анализ.
4. **Подготовка презентации:** Команды готовят презентацию маркетинговой стратегии.
5. **Презентация и обсуждение:** Каждая команда представляет свой проект, отвечает на вопросы и получает обратную связь от преподавателя и группы.

Практическое занятие №6 «Практическая работа «Стратегия продвижения бизнес-проекта в социальной сети».

Тема 2.1. Продвижение продукта

Цель: освоить принципы разработки и реализации эффективной стратегии продвижения бизнес-проекта в социальных сетях, научиться выбирать целевые платформы, создавать контент и планировать коммуникации с аудиторией для повышения узнаваемости бренда и привлечения клиентов.

Теоретический материал:

1. Особенности продвижения в социальных сетях:

- Социальные сети предоставляют уникальные возможности для прямого взаимодействия с целевой аудиторией, построения сообщества и формирования лояльности.
- Важны персонализация и двусторонняя коммуникация, что отличает SMM от традиционного маркетинга.

2. Выбор социальных платформ:

- Различные соцсети обладают своими особенностями аудитории и форматов контента (Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn, ВКонтакте и др.).
- Выбор платформы зависит от целевой аудитории и целей продвижения.

3. Целевая аудитория в соцсетях:

- Анализ и сегментация аудитории с использованием демографических, поведенческих и интересов.
- Понимание болей и потребностей аудитории позволяет создавать релевантный контент.

4. Контент-стратегия:

- Виды контента: информационный, развлекательный, образовательный, рекламный.
- Важно планировать разнообразие и регулярность публикаций, чтобы удерживать внимание подписчиков и стимулировать вовлеченность.

5. Инструменты продвижения в соцсетях:

- Органический рост (публикации, взаимодействие, хэштеги).
- Платная реклама: таргетинг, рекламные кампании, аналитика.
- Коллаборации с инфлюенсерами и партнёрами.

6. Метрики эффективности:

- Охват, вовлеченность (лайки, комментарии, репосты), рост подписчиков, конверсия в продажи или заявки.
- Анализ данных для корректировки стратегии.

Вопросы для самоконтроля:

1. Какие особенности продвижения отличают социальные сети от традиционных каналов маркетинга?
2. Как определить, какая социальная сеть подходит для продвижения вашего бизнес-проекта?
3. Какие типы контента наиболее эффективны для вовлечения аудитории в соцсетях?
4. Какие инструменты платного продвижения доступны в социальных сетях?
5. Какие показатели помогают оценить эффективность стратегии продвижения в соцсетях?

Задание:

1. Объединитесь в команды по 3-5 человек.
2. Выберите бизнес-проект или продукт для продвижения в социальных сетях.
3. Проведите анализ целевой аудитории и определите наиболее подходящую социальную платформу для продвижения.
4. Разработайте контент-стратегию: типы контента, календарь публикаций и основные темы.
5. Спланируйте маркетинговые мероприятия в соцсетях, включая как органические, так и платные методы продвижения.
6. Составьте список ключевых метрик для оценки эффективности стратегии.
7. Подготовьте презентацию (5-7 минут) с описанием стратегии продвижения и планом реализации.

Порядок и методика выполнения заданий:

1. **Формирование команд и выбор проекта:** Студенты объединяются в группы и выбирают или получают бизнес-продукт для продвижения.
2. **Анализ аудитории и выбор соцсети:** Команды анализируют целевую аудиторию и выбирают платформу для продвижения.
3. **Разработка контент-стратегии:** Создают план публикаций, учитывая разнообразие контента и регулярность.

4. **План маркетинговых мероприятий:** Определяют как органические, так и платные инструменты продвижения.
5. **Определение метрик:** Выбирают показатели для последующего анализа эффективности.
6. **Подготовка презентации:** Готовят и презентуют результаты своей работы.
7. **Обсуждение и обратная связь:** Получение комментариев от преподавателя и одноклассников, рекомендации по улучшению.

Практическое занятие №7 «Практическая работа «Составление плана обеспечения необходимыми ресурсами собственного бизнеса, ценообразования».

Тема 3.1 Основы финансов и правового обеспечения предпринимательства

Цель: научить студентов разрабатывать план обеспечения необходимыми ресурсами для собственного бизнеса, а также формировать навыки ценообразования, учитывая затраты, рыночные условия и потребности целевой аудитории.

Теоретический материал:

1. Основы обеспечения ресурсами:

- **Ресурсы бизнеса:** Включают в себя финансовые, материальные, трудовые и информационные ресурсы. Каждый из этих ресурсов необходим для функционирования и развития бизнеса.
- **Планирование ресурсов:** Важно заранее определить, какие ресурсы необходимы для запуска и ведения бизнеса, а также как их эффективно использовать.

2. Финансовые ресурсы:

- **Источники финансирования:** Включают собственные средства, кредиты, инвестиции, гранты и другие формы финансирования.
- **Бюджетирование:** Составление бюджета помогает контролировать расходы и доходы, а также планировать финансовые потоки.

3. Материальные ресурсы:

- **Оборудование и инвентарь:** Необходимы для производства товаров или предоставления услуг. Важно учитывать стоимость, срок службы и необходимость в обслуживании.
- **Складские запасы:** Управление запасами помогает избежать дефицита или избытка товаров.

4. Трудовые ресурсы:

- **Подбор персонала:** Важно определить, сколько сотрудников необходимо, какие квалификации они должны иметь и как будет организован процесс найма.
- **Заработная плата и мотивация:** Разработка системы оплаты труда и мотивации сотрудников.

5. Ценообразование:

- **Методы ценообразования:** Включают себестоимость, рыночные цены, ценовую политику конкурентов и восприятие ценности клиентами.
- **Формирование цены:** Цена должна покрывать затраты и обеспечивать прибыль, а также быть конкурентоспособной на рынке.

6. Правовые аспекты:

- **Регистрация бизнеса:** Необходимость регистрации бизнеса, получения лицензий и разрешений.
- **Договорные отношения:** Важно понимать, как правильно составлять контракты с поставщиками, клиентами и партнерами.

Вопросы для самоконтроля:

Задание:

1. Какие основные ресурсы необходимы для ведения бизнеса?
2. Каковы источники финансирования для стартапов?
3. Какие методы ценообразования существуют и как они влияют на формирование цены?
4. Как правильно планировать трудовые ресурсы и подбирать персонал?
5. Какие правовые аспекты необходимо учитывать при создании бизнеса?

Порядок и методика выполнения заданий:

1. Объединитесь в команды по 4-5 человек.
2. Выберите бизнес-идею или проект, который вы хотите реализовать.
3. Составьте план обеспечения необходимыми ресурсами, включая:
 - Финансовые ресурсы (источники финансирования, бюджет)
 - Материальные ресурсы (оборудование, инвентарь, складские запасы)
 - Трудовые ресурсы (количество сотрудников, квалификация, система оплаты)
4. Разработайте стратегию ценообразования для вашего продукта или услуги, учитывая все затраты и рыночные условия.
5. Подготовьте краткую презентацию (5-7 минут), в которой представьте ваш план обеспечения ресурсами и стратегию ценообразования.

Практическое занятие №8 «Практическая работа «Составление заявок на получение грантов, субсидий для финансирования собственного бизнеса в сфере креативных индустрий».

Тема 3.1 Основы финансов и правового обеспечения предпринимательства

Цель: научить студентов составлять заявки на получение грантов и субсидий для финансирования бизнес-проектов в сфере креативных индустрий, а также познакомить с основными требованиями и процедурами, связанными с получением финансовой поддержки.

Теоретический материал:

1. Понятие грантов и субсидий:

- **Грант** — это безвозмездная финансовая помощь, предоставляемая государственными или частными организациями для реализации определенных проектов или инициатив.
- **Субсидия** — это финансовая поддержка, предоставляемая на условиях софинансирования, которая может покрывать часть затрат на реализацию проекта.

2. Основные источники финансирования:

- Государственные программы поддержки бизнеса.
- Частные фонды и организации, предоставляющие гранты.
- Международные организации и фонды, поддерживающие креативные индустрии.

3. Процесс подачи заявки:

- **Исследование возможностей:** Определение доступных грантов и субсидий, соответствующих вашему проекту.
- **Подготовка документов:** Сбор необходимых документов, таких как бизнес-план, финансовые отчеты, документы о регистрации бизнеса и т.д.
- **Составление заявки:** Четкое и структурированное изложение информации о проекте, его целях, ожидаемых результатах и бюджете.

4. Структура заявки на грант:

- **Введение:** Краткое описание проекта и его значимости.
- **Цели и задачи:** Четкое определение целей проекта и задач, которые необходимо решить.
- **Методы реализации:** Описание подходов и методов, которые будут использованы для достижения целей.
- **Бюджет:** Подробный расчет необходимых затрат и источников финансирования.
- **Ожидаемые результаты:** Описание результатов, которые будут достигнуты в результате реализации проекта.

5. Оценка и мониторинг:

- Важно предусмотреть механизмы оценки и мониторинга выполнения проекта, чтобы продемонстрировать эффективность использования полученных средств.

Вопросы для самоконтроля:

1. В чем разница между грантом и субсидией?
2. Какие источники финансирования доступны для креативных индустрий?
3. Какие документы обычно требуются для подачи заявки на грант?
4. Какова структура заявки на грант и какие ключевые элементы она должна содержать?
5. Почему важно предусмотреть механизмы оценки и мониторинга в проекте?

Задание:

1. Объединитесь в команды по 4-5 человек.
2. Выберите бизнес-проект в сфере креативных индустрий, для которого вы хотите получить финансирование.
3. Исследуйте доступные гранты и субсидии, соответствующие вашему проекту.
4. Составьте заявку на получение гранта или субсидии, включая все ключевые элементы, описанные в теоретическом материале.
5. Подготовьте краткую презентацию (5-7 минут), в которой представьте ваш проект, цели, задачи и ожидаемые результаты.

Порядок и методика выполнения заданий:

1. **Формирование команд и выбор проекта:** Студенты объединяются в группы и выбирают бизнес-проект для разработки заявки.
2. **Исследование возможностей финансирования:** Команды исследуют доступные гранты и субсидии, соответствующие их проекту.
3. **Составление заявки:** Работают над подготовкой заявки, включая все необходимые разделы и документы.
4. **Подготовка презентации:** Готовят презентацию, в которой представят свой проект и заявку.
5. **Презентация и обсуждение:** Каждая команда представляет свою заявку, отвечает на вопросы и получает обратную связь от преподавателя и других студентов.

Практическое занятие №9 «Практическая работа «Порядок обеспечения авторских прав и их регистрация на примере собственного продукта».

Тема 3.1 Основы финансов и правового обеспечения предпринимательства

Цель: познакомить студентов с основами авторского права, порядком его обеспечения и регистрации, а также научить их применять эти знания на практике, используя собственный продукт в качестве примера.

Теоретический материал:

1. Понятие авторского права:

- Авторское право — это совокупность прав, которые предоставляет автору произведения (литературного, художественного, музыкального и др.) на его творение. Оно защищает оригинальные произведения и дает авторам исключительные права на использование своих произведений.

2. Объекты авторского права:

- К объектам авторского права относятся литературные произведения, музыкальные произведения, произведения изобразительного искусства, программное обеспечение, архитектурные проекты и другие творческие работы.

3. Права автора:

- **Исключительные права:** Право на воспроизведение, распространение, публичное исполнение, адаптацию и другие способы использования произведения.
- **Личные неимущественные права:** Право на авторство, право на защиту репутации автора и право на обнародование произведения.

4. Регистрация авторских прав:

- В большинстве стран авторское право возникает автоматически с момента создания произведения. Однако регистрация может предоставить дополнительные преимущества, такие как возможность защиты прав в суде.
- Процесс регистрации включает в себя подачу заявки в соответствующий орган (например, в Российском авторском обществе или в Бюро авторских прав) и предоставление необходимых документов.

5. Порядок обеспечения авторских прав:

- **Документирование:** Ведение записей о создании произведения, хранение черновиков, электронных файлов и других доказательств авторства.
- **Лицензирование:** Заключение договоров на использование произведения с третьими лицами, что позволяет контролировать использование и получать вознаграждение.
- **Защита прав:** В случае нарушения прав автора необходимо знать, как действовать, включая возможность обращения в суд.

6. Практические аспекты:

- Примеры успешной регистрации авторских прав на продукты в сфере креативных индустрий.
- Рекомендации по защите авторских прав в цифровую эпоху, включая использование технологий блокчейн и цифровых подписей.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое авторское право и какие объекты оно защищает?
2. Какие права предоставляет автору авторское право?
3. Каков порядок регистрации авторских прав и какие документы для этого необходимы?
4. Какие меры можно предпринять для обеспечения авторских прав на произведение?
5. Как действовать в случае нарушения авторских прав?

Задание:

1. Объединитесь в команды по 4-5 человек.
2. Выберите или разработайте собственный продукт (например, литературное произведение, музыкальный трек, художественное произведение, программное обеспечение и т.д.).
3. Подготовьте план обеспечения авторских прав на ваш продукт, включая:
 - Описание произведения и его уникальности

- Меры по документированию авторства
 - Процесс регистрации авторских прав
 - Стратегию лицензирования и защиты прав
4. Подготовьте краткую презентацию (5-7 минут), в которой представьте ваш продукт, план обеспечения авторских прав и ожидаемые результаты.

Порядок и методика выполнения заданий:

1. **Формирование команд и выбор продукта:** Студенты объединяются в группы и выбирают или разрабатывают продукт для защиты авторских прав.
2. **Подготовка плана обеспечения прав:** Команды работают над созданием плана, учитывая все аспекты, описанные в теоретическом материале.
3. **Подготовка презентации:** Готовят презентацию, в которой представят свой продукт и план обеспечения авторских прав.
4. **Презентация и обсуждение:** Каждая команда представляет свой проект, отвечает на вопросы и получает обратную связь от преподавателя и других студентов.

Практическое занятие №10 «Практическая работа «Создание эффективной бизнес-модели проекта».

Тема 4.1 Менеджмент креативных индустрий: от идеи до реализации

Цель: обучить студентов разработке эффективной бизнес-модели для проекта в сфере креативных индустрий, позволяющей систематизировать ключевые элементы бизнеса, выявить источники доходов и определить ценностное предложение для клиентов.

Теоретический материал:

1. Понятие бизнес-модели:

- Бизнес-модель — это структурированное описание того, как компания создает, доставляет и получает ценность. Она отражает логику деятельности предприятия и его коммерческую стратегию.

2. Компоненты бизнес-модели (на примере канвы бизнес-модели Business Model Canvas):

- **Ценностное предложение (Value Proposition):** что именно компания предлагает клиентам и какую ценность создает.
- **Сегменты клиентов (Customer Segments):** группы клиентов, которым адресован продукт или услуга.
- **Каналы сбыта (Channels):** способы доставки продукта до клиентов.
- **Взаимоотношения с клиентами (Customer Relationships):** как компания взаимодействует и поддерживает связь с клиентами.
- **Источники дохода (Revenue Streams):** как бизнес зарабатывает деньги.
- **Ключевые ресурсы (Key Resources):** активы, необходимые для функционирования бизнеса.
- **Ключевые виды деятельности (Key Activities):** основные процессы и действия, необходимые для создания ценности.
- **Ключевые партнерства (Key Partnerships):** внешние организации и партнеры, которые помогают бизнесу работать.
- **Структура издержек (Cost Structure):** основные затраты, связанные с ведением бизнеса.

3. Особенности бизнес-моделей в креативных индустриях:

- Высокая значимость уникальности и инноваций в ценностном предложении.
- Частая ориентация на неоднородную и ниши сегментированную аудиторию.

- Гибкость и необходимость быстрого адаптирования под изменения рынка и трендов.

4. Примеры бизнес-моделей в креативных индустриях:

- Модель подписки (например, сервисы потокового видео и музыки).
- Фриланс и проектная деятельность с гибкой структурой доходов.
- Платформенные модели, объединяющие создателей и потребителей контента.

5. Значение бизнес-модели для управления проектом:

- Помогает четко понимать все элементы бизнеса, их взаимосвязи и влияние на общую эффективность.
- Служит основой для планирования, привлечения инвестиций и масштабирования.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое бизнес-модель и какие ключевые элементы она включает?
2. Как ценностное предложение влияет на успех бизнес-модели?
3. Какие особенности бизнес-моделей характерны для креативных индустрий?
4. Что такое каналы сбыта и почему они важны?
5. Как структура издержек влияет на финансовую устойчивость проекта?

Задание:

1. Объединитесь в команды по 4-5 человек.
2. Выберите или разработайте креативный бизнес-проект.
3. Используя шаблон канвы бизнес-модели (Business Model Canvas), заполните все девять блоков для вашего проекта:
 - Определите ценностное предложение и сегменты клиентов.
 - Опишите каналы сбыта и взаимоотношения с клиентами.
 - Определите источники дохода и ключевые ресурсы.
 - Опишите ключевые виды деятельности и партнерства.
 - Проанализируйте структуру издержек.
4. Подготовьте презентацию (7-10 минут), в которой представите свою бизнес-модель, объясняя логику и взаимосвязь блоков.

Порядок и методика выполнения заданий:

1. **Формирование команд и выбор проекта:** Студенты объединяются в группы и выбирают или создают креативный бизнес-проект.
2. **Работа с канвой бизнес-модели:** Команды последовательно заполняют все блоки шаблона, обсуждая и аргументируя свои решения.
3. **Подготовка презентации:** Группы готовят презентацию бизнес-модели с акцентом на уникальность и реалистичность предложенного плана.
4. **Презентация и обсуждение:** Представляют бизнес-модели перед классом, отвечают на вопросы, получают обратную связь и рекомендации от преподавателя и коллег.

Практическое занятие №11 «Практическая работа «Разработка презентации бизнес-проекта для инвестора».

Тема 4.1 Менеджмент креативных индустрий: от идеи до реализации

Цель: научить студентов разрабатывать эффективную презентацию бизнес-проекта, которая будет привлекать внимание инвесторов, четко представлять идею, бизнес-модель и финансовые показатели, а также демонстрировать потенциал проекта.

Теоретический материал:

1. Значение презентации для инвесторов:

- Презентация — это ключевой инструмент для привлечения инвестиций. Она должна быть ясной, убедительной и информативной, чтобы заинтересовать потенциальных инвесторов и убедить их в целесообразности вложений.

2. Структура презентации бизнес-проекта:

- **Введение:** Краткое представление команды и проекта. Укажите, что именно вы предлагаете и почему это важно.
- **Проблема:** Опишите проблему или потребность, которую решает ваш проект. Убедитесь, что она актуальна и значима для целевой аудитории.
- **Решение:** Представьте ваше решение проблемы. Объясните, как ваш продукт или услуга будет работать и какие преимущества она предлагает.
- **Целевой рынок:** Определите целевую аудиторию и размер рынка. Используйте данные и исследования для подтверждения своих утверждений.
- **Бизнес-модель:** Опишите, как вы планируете зарабатывать деньги. Укажите источники дохода и ключевые аспекты ценообразования.
- **Конкуренция:** Проанализируйте конкурентную среду. Укажите, кто ваши конкуренты и как вы планируете выделяться на их фоне.
- **Маркетинговая стратегия:** Опишите, как вы будете продвигать свой продукт и привлекать клиентов.
- **Финансовые показатели:** Приведите основные финансовые данные, такие как прогнозы доходов, расходы, рентабельность и потребности в финансировании.
- **Заключение:** Подведите итоги и призовите инвесторов к действию. Укажите, что именно вы ожидаете от них (например, сумму инвестиций, условия и т.д.).

3. Дизайн и визуальные элементы:

- Используйте простые и понятные слайды. Избегайте перегруженности текстом. Используйте графики, диаграммы и изображения для иллюстрации ключевых моментов.
- Обратите внимание на шрифты, цвета и общий стиль, чтобы презентация выглядела профессионально.

4. Подготовка к выступлению:

- Практикуйте свою презентацию, чтобы уверенно представлять проект. Обратите внимание на тайминг и четкость изложения.
- Подготовьтесь к вопросам инвесторов. Знайте свой проект досконально и будьте готовы ответить на любые вопросы.

Вопросы для самоконтроля:

1. Какова основная цель презентации бизнес-проекта для инвестора?
2. Какие ключевые элементы должны быть включены в структуру презентации?
3. Как важно представление проблемы и решения в контексте бизнес-проекта?
4. Почему анализ конкуренции является важной частью презентации?
5. Каковы основные аспекты, на которые следует обратить внимание при подготовке визуальных материалов для презентации?

Задание:

1. Объединитесь в команды по 4-5 человек.
2. Выберите или разработайте бизнес-проект в сфере креативных индустрий, который вы хотите представить инвесторам.
3. Разработайте презентацию, следуя структуре, описанной в теоретическом материале.
4. Подготовьте визуальные материалы, которые будут поддерживать вашу презентацию.
5. Проведите репетицию презентации, уделяя внимание четкости изложения и времени.

6. Подготовьте краткую презентацию (10-15 минут), в которой представите свой бизнес-проект, а затем ответьте на вопросы «инвесторов» (других студентов и преподавателя).

Порядок и методика выполнения заданий:

1. **Формирование команд и выбор проекта:** Студенты объединяются в группы и выбирают или разрабатывают бизнес-проект для презентации.
2. **Разработка презентации:** Команды работают над созданием презентации, следуя предложенной структуре и учитывая визуальные элементы.
3. **Подготовка к выступлению:** Группы репетируют свои презентации, отрабатывая четкость изложения, тайминг и взаимодействие с аудиторией. Важно, чтобы каждый участник команды знал свою часть и мог уверенно отвечать на вопросы.
4. **Презентация и обсуждение:** Каждая команда представляет свой бизнес-проект перед классом, демонстрируя свою презентацию. После выступления другие студенты и преподаватель задают вопросы, на которые команда должна ответить. Это поможет развить навыки публичного выступления и критического мышления.
5. **Обратная связь:** После каждой презентации преподаватель и студенты дают конструктивную обратную связь, отмечая сильные стороны и области для улучшения. Это поможет командам понять, что они сделали хорошо, а что можно улучшить в будущем.

СПИСОК ИНФОРМАЦИОННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Основные печатные издания

1. Баринов, В. А. Бизнес-планирование [Текст]: учеб. пособие / В. А. Баринов. - Москва: ФОРУМ, 2017. - 272 с. - (ПО)
2. Лапуста, М. Г. Предпринимательство [Текст]: учебник / М. Г. Лапуста. –М.: ИНФРА-М, 2019. – 384с.
3. Организация предпринимательской деятельности [Текст]: учеб. пособие / под ред. О. В. Шеменевой, Т. В. Харитоновой. - Москва: ИТК "Дашков и Ко", 2017. - 520 с.
4. Основы предпринимательской деятельности: учебное пособие / В. Н. Шитов. — Ростов н/Д : Феникс, 2021. — 413 с.— (Среднее профессиональное образование)

Дополнительные источники

1. Балашов, А. И. Предпринимательское право [Электронный ресурс]: учебник и практикум / А. И. Балашов, В. Г. Беляков. - М.: Юрайт, 2020. – 333 с.– ЭБС «Юрайт».
2. Баринов, В. А. Внешнеэкономическая деятельность [Текст]: учеб. пособие / В. А. Баринов. – М.: ФОРУМ; Инфра-М, 2020. - 192 с.
3. Иванова, Р. М. История российского предпринимательства [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Р. М. Иванова. – М.: Юрайт, 2020. - 303 с.

Основные электронные издания

Российская государственная библиотека - <http://www.rsl.ru>

Государственная публичная историческая библиотека России - <https://www.shpl.ru>

Научная библиотека СКФУ - <https://www.ncfu.ru/for-employee/departments/library>