

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова  
Высшая школа государственного администрирования (факультет)

---

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Высшей школы государственного  
администрирования (факультет)

Академик РАН

В.Л. Макаров

\_\_\_\_\_ июня 2024г.



## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Междисциплинарный экзамен по программе магистратуре  
(государственная итоговая аттестация)

---

*наименование дисциплины*

Уровень высшего образования: магистратура

---

Направление подготовки:  
51.04.01 КУЛЬТУРОЛОГИЯ

---

*(код и название направления)*

Направленность ОПОП: АДМИНИСТРИРОВАНИЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

---

*(название направленности)*

Форма обучения: очная

---

**Авторы: Вареник Мария Сергеевна,**

кандидат социологических наук,  
зам. директора Высшей школы государственного  
администрирования (факультет),  
[msvarenik@anspa.ru](mailto:msvarenik@anspa.ru)

**Мельник Петр Васильевич,**

кандидат педагогических наук,  
зам. директора Высшей школы государственного  
администрирования (факультет),  
[petrvm@anspa.ru](mailto:petrvm@anspa.ru)

**Назаренко Сергей Владимирович,**

кандидат социологических наук, доцент,  
доцент Высшей школы государственного  
администрирования (факультет),  
[nazarenkosv@anspa.ru](mailto:nazarenkosv@anspa.ru)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена  
Ученым советом Высшей школы государственного администрирования (факультета),  
(Протокол № 3 от 3 июня 2024 г.)

Москва 2024

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Основная профессиональная образовательная программа высшего образования – программа магистратуры (далее – ОПОП), реализуемая в Высшей школе государственного администрирования (факультете) МГУ по направлению подготовки 51.04.01 «Культурология», направленность **«Администрирование креативных индустрий»**, обеспечивает подготовку профессионалов, обладающих исследовательскими и экспертными навыками работы в области наук о культуре и культурных практик.

1.2. Профессиональная деятельность выпускников программы магистратуры **«Администрирование креативных индустрий»** по направлению подготовки 51.04.01 «Культурология» направлена на:

- исследование и анализ событий, явлений и процессов, происходящих в культуре;
- научно-исследовательскую работу в области наук о культуре;
- умение применить свои знания на рынке культурной индустрии, культурных услуг, культурного туризма.

Профессиональная деятельность выпускников Высшей школы государственного администрирования (факультета) МГУ, освоивших программу магистратуры **«Администрирование креативных индустрий»** осуществляется в:

- образовательных организациях, осуществляющих образовательную деятельность по программам дошкольного, начального общего, основного общего и среднего общего образования, а также по программам среднего профессионального образования, высшего образования, и программам дополнительного образования;
- общественных и государственных учреждениях культуры;
- музеях, галереях, выставочных залах; научных организациях;
- экспертно-аналитических и консалтинговых центрах;
- органах государственного управления и местного самоуправления, в том числе органах управления образованием, наукой и культурой;
- средствах массовой информации (включая мультимедийные и электронные);
- туристско-экскурсионных организациях.

1.3. Цель реализации программы магистратуры **«Администрирование креативных индустрий»** – оценка компетенций и степени подготовленности выпускников к профессиональной деятельности. Образовательная программа направлена на подготовку высококвалифицированных специалистов, способных осуществлять профессиональную деятельность в сфере культуры и креативной экономики на основе современных управленческих, аналитических и исследовательских подходов.

Проблемы общепрофессиональных и специальных дисциплин рассматриваются в контексте основных учебных дисциплин, непосредственно формирующих в ходе подготовки студентов магистратуры их навыки и компетенции, отвечающие требованиям, содержащимся в Государственном образовательном стандарте по направлению 51.04.01 «Культурология».

В ходе государственного экзамена обучающийся должен, опираясь на сформированные общекультурные и профессиональные компетенции, показать свои способности и умение решать на современном уровне задачи в области профессиональной деятельности, четко излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

На итоговом междисциплинарном экзамене выпускник должен продемонстрировать сформированные компетенции относительно того, что успешно освоил теоретические знания в области культурологии, экономики креативных индустрий, управления культурными и креативными проектами; методологические и аналитические навыки исследования и оценки культурных явлений, процессов и событий; практические умения в разработке, организации и реализации культурных проектов и инициатив, включая применение современных инструментов управления и цифровых технологий; компетенции в стратегическом управлении, планировании и продвижении культурных продуктов и услуг.

Выпускник умеет анализировать и исследовать культурные процессы и явления, выявлять тенденции развития креативных индустрий; планировать, разрабатывать и реализовывать культурные и креативные проекты, включая мероприятия, выставки, фестивали, образовательные и цифровые инициативы; управлять организациями и командами в сфере культуры и креативной экономики, включая стратегическое и операционное управление; проводить научные исследования, оформлять и представлять результаты в виде отчетов, аналитических справок и публикаций; оценивать эффективность культурных программ и проектов, использовать методы мониторинга, анализа и прогнозирования; разрабатывать и продвигать культурные продукты и бренды, используя маркетинговые и коммуникационные инструменты, в том числе цифровые платформы; взаимодействовать с государственными, коммерческими и некоммерческими организациями, формировать партнерские и межсекторные проекты; применять современные цифровые технологии и инновационные инструменты для управления и продвижения культурных инициатив; интегрировать международный опыт и лучшие практики в области креативных индустрий и культурного администрирования. Он владеет навыками проведения анализа и оценки культурных процессов и явлений, включая использование современных методологических и аналитических инструментов; проектирования, планирования и реализации культурных и креативных инициатив, включая организацию мероприятий, выставок, фестивалей, образовательных и цифровых проектов; управления организациями и командами в сфере культуры и креативной экономики, включая стратегическое и операционное планирование; проведения научных исследований и обработки результатов, подготовки научных публикаций и аналитических материалов; разработки и продвижения культурных продуктов и брендов, использования маркетинговых, коммуникационных и цифровых инструментов; оценки эффективности культурных проектов и программ, применения методов мониторинга, анализа и прогнозирования; организации межсекторного и междисциплинарного взаимодействия, взаимодействия с государственными, коммерческими и некоммерческими структурами; использования цифровых

технологий и инновационных решений для управления и продвижения культурных и креативных проектов; интеграции международного опыта и передовых практик в сфере культурного администрирования и креативных индустрий.

Его преимущество при трудоустройстве по профильным направлениям подготовки обеспечивается высокими профессиональными компетенциями и умением применять эффективные управленческие практики.

1.4. Выпускники Высшей школы государственного администрирования (факультета) МГУ, освоившие программу магистратуры «**Администрирование креативных индустрий**», могут осуществлять профессиональную деятельность при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

Характеристика направления Магистр по направлению подготовки 51.04.01 «Культурология» должен быть подготовлен к решению профессиональных задач в соответствии с профильной направленностью ОПОП магистратуры и видами профессиональной деятельности.

**Типы задач профессиональной деятельности**, к выполнению которых готовятся выпускники Высшей школы государственного администрирования (факультета) МГУ, освоившие программу магистратуры «**Администрирование креативных индустрий**»:

- *научно-исследовательский – дополнительный;*
- *организационно-управленческий – основной;*
- *педагогический – дополнительный;*
- *проектно-аналитический – основной.*

При разработке программы магистратуры Высшей школой государственного администрирования (факультетом) МГУ установлена обязательная и дополнительная ориентация ОПОП ВО на типы задач профессиональной деятельности выпускников.

В зависимости от типов задач профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа магистратуры «**Администрирование креативных индустрий**», выпускник Высшей школы государственного администрирования (факультета) МГУ должен быть подготовлен к выполнению следующих **задач профессиональной деятельности**<sup>1</sup>:

**Научно-исследовательский тип задач профессиональной деятельности:**

- планирование исследования, выбор методов и средств решения запланированных задач, связанных с основными направлениями культурной деятельности;
- сбор, анализ и обработка научной информации по тематике исследования;

---

<sup>1</sup>Задачи профессиональной деятельности сформулированы по результатам анализа текущего состояния и перспектив развития рынка труда с учетом положений профессиональных стандартов, перечень которых приведен в таблице 1 Приложения к настоящей программе магистратуры.

- анализ полученных результатов и их представление в виде научного доклада, научной публикации, отдельного раздела отчета по результатам НИР и т.п.;
- определение статуса объектов культурного и природного наследия;
- участие в работе семинаров, научных конференций, выступление с сообщениями и докладами по тематике проводимых научных исследований.

**Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности:**

- осуществление организационно-управленческой деятельности в организациях различных организационно-правовых форм;
- осуществление управленческой деятельности, планирование деятельности организаций и подразделений; формирование организационной и управленческой структуры организаций;
- разработка и реализация научно-практических программ сохранения культурного и природного наследия;
- подготовка и реализация научно-практических программ в сфере культуры.

**Педагогический тип задач профессиональной деятельности:**

- планирование, организация и проведение учебных занятий и внеклассной работы по дисциплинам культурологической направленности в общеобразовательных организациях;
- планирование, организация и проведение учебных занятий по профильным дисциплинам (модулям) в образовательных организациях системы СПО;
- планирование, организация и проведение учебных занятий (преимущественно практических) по профильным дисциплинам (модулям) в рамках программ бакалавриата;
- планирование, организация и проведение всех видов учебных занятий по профильным дисциплинам (модулям) в рамках дополнительных профессиональных программ;
- подготовка учебно-методических материалов для проведения учебных занятий и внеклассных мероприятий на основе существующих методик;
- разработка, мониторинг и оценка качества под руководством специалиста более высокой квалификации учебно-методического обеспечения реализации учебных дисциплин (модулей) программ СПО, программ бакалавриата;
- проведение воспитательной и профориентационной работы с учащимися;
- организация дополнительного образования детей и взрослых;
- участие под руководством специалиста более высокой квалификации в организации научно-исследовательской, проектной и иной деятельности обучающихся по программам бакалавриата;
- участие под руководством специалиста более высокой квалификации в организации научно-исследовательской, проектной и иной деятельности обучающихся по дополнительным профессиональным программам.

### **Проектно-аналитический тип задач профессиональной деятельности:**

- разработка социокультурных проектов;
- проектирование музейных экспозиций;
- разработка проектов по музеефикации объектов культурного и природного наследия, уникальных территорий.

1.5. Обучение в Высшей школе государственного администрирования (факультете) МГУ имени М.В. Ломоносова направлено на подготовку работника высокой квалификации, который:

– в полной мере обладает профессиональными и личностными качествами, обеспечивающими ему приоритетную востребованность и устойчивую конкурентоспособность на российском и международном рынках труда и широкие возможности самореализации, в том числе в новейших областях знаний, наиболее значимых сферах профессиональной деятельности и общественной жизни;

– стремится к продолжению образования и самообразованию в течение всей жизни, способен максимально продуктивно использовать свой творческий потенциал в интересах личности, общества и государства;

– сознает ответственность за результаты своей профессиональной и научной деятельности перед страной и человечеством, обладает активной гражданской позицией, основанной на демократических убеждениях и гуманистических ценностях;

– умеет обосновывать и отстаивать свою позицию, активно реализовывать собственные решения и идеи;

– в своем поведении руководствуется нравственными и этическими нормами, основанными на толерантности, стремлении к сотрудничеству, укреплению взаимопонимания между представителями различных социальных групп, мировоззренческих позиций, национальных культур;

– испытывает обоснованную гордость за свою принадлежность к одному из лучших учебных заведений, неизменно демонстрирует приверженность традициям и духовным ценностям Московского университета, осознает себя достойным продолжателем его научных школ;

– способен творчески реализовываться в широкой сфере профессиональной деятельности, сознает социальную значимость своей профессии, обладает высокой мотивацией исполнения профессиональных обязанностей, ответственным отношением к делу, развитым чувством гражданского и профессионального долга;

– умеет порождать новые идеи, расширять сферу собственной компетентности, вырабатывать оптимальные стратегии своей деятельности; готов решать проблемы в новых и нестандартных профессиональных и жизненных ситуациях с учетом социальной и этической ответственности за принимаемые решения.

## **2. КОМПЕТЕНЦИИ, ПОЛУЧАЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОБУЧЕНИЯ**

(оцениваемые на междисциплинарном экзамене  
государственной итоговой аттестации)

В результате освоения программы магистратуры «**Администрирование креативных индустрий**» по направлению подготовки 51.04.01 «Культурология» у выпускника Высшей школы государственного администрирования (факультета) МГУ должны быть сформированы следующие **универсальные, общепрофессиональные, профессиональные компетенции.**

**2.1. Универсальные компетенции (УК)** выпускника Высшей школы государственного администрирования (факультета) МГУ, освоившего программу магистратуры «**Администрирование креативных индустрий**»:

*Группа компетенций НАУЧНОЕ МЫШЛЕНИЕ*

**УК-1.** Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий, формулировать научно обоснованные гипотезы, применять методологию научного познания в профессиональной деятельности.

**УК-2.** Способен использовать философские категории и концепции при решении социальных и профессиональных задач.

*Группа компетенций РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТОВ*

**УК-3.** Способен разрабатывать, реализовывать и управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла, предусматривать и учитывать проблемные ситуации и риски проекта.

*Группа компетенций КОМАНДНАЯ РАБОТА И ЛИДЕРСТВО*

**УК-4.** Способен организовывать и осуществлять руководство работой команды (группы), вырабатывая и реализуя командную стратегию для достижения поставленной цели.

*Группа компетенций КОММУНИКАЦИЯ И МЕЖКУЛЬТУРНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ*

**УК-5.** Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке (иностранных языках), для академического и профессионального взаимодействия.

**УК-6.** Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.

*Группа компетенций САМООРГАНИЗАЦИЯ И САМОРАЗВИТИЕ*

**УК-7.** Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки, формировать приоритеты личностного и профессионального развития.

**2.2. Общепрофессиональные компетенции (ОПК)** выпускника Высшей школы государственного администрирования (факультета) МГУ, освоившего программу магистратуры «**Администрирование креативных индустрий**»:

**ОПК-1.** Способен использовать различные приемы и методы устного и письменного изложения базовых знаний при анализе культурных форм, процессов, практик в истории и современности.

**ОПК-2.** Способен ставить новые исследовательские задачи в области культурологии и обосновывать найденные решения.

**ОПК-3.** Способен участвовать в реализации основных и дополнительных образовательных программ.

**ОПК-4.** Способен руководить коллективом в сфере профессиональной и педагогической деятельности на основе норм социальной и этической ответственности.

**ОПК-5.** Способен организовывать исследовательские и проектные работы в области культурологии.

**2.3. Профессиональные компетенции (ПК)<sup>2</sup> выпускника Высшей школы государственного администрирования (факультета) МГУ, освоившего программу магистратуры «Администрирование креативных индустрий», в зависимости от типов задач профессиональной деятельности, на которые ориентирована образовательная программа:**

*1. Научно-исследовательский тип задач профессиональной деятельности:*

**ПК-1.** Способен использовать в профессиональной исследовательской деятельности категориальный аппарат новейших научных теорий, связанных с изучением культурных процессов и практик.

**ПК-2.** Способен применять в профессиональной деятельности методы современного культурологического исследования.

**ПК-3.** Способен к проведению научных исследований при соблюдении принципов академической этики, признает личную ответственность за цели, средства, результаты научной работы.

*2. Педагогический тип задач профессиональной деятельности:*

**ПК-5.** Способен осуществлять под руководством специалиста более высокой квалификации педагогическую деятельность по профильным дисциплинам (модулям) в рамках программ бакалавриата и программ дополнительного образования.

**ПК-6.** Способен осуществлять педагогическую деятельность по дисциплинам культурологической направленности в рамках программ основного общего и среднего общего образования.

**ПК-7.** Способен разрабатывать под руководством специалиста более высокой квалификации учебно-методическое обеспечение программ среднего профессионального образования, программ бакалавриата и программ дополнительного образования.

*3. Проектно-аналитический тип задач профессиональной деятельности:*

**ПК-8.** Способен генерировать и реализовывать на практике идеи в области культурной политики, менеджмента культуры, развития межкультурных связей на различных уровнях с использованием гуманитарных технологий.

---

<sup>2</sup> Профессиональные компетенции соответствуют каждому типу задач профессиональной деятельности.

4. *Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности:*

**ПК-9.** Способен к эффективному, целенаправленному планированию, организации, мотивации и контролю внутри организационной структуры, а также к максимально эффективному использованию специфических навыков, знания и личностных качеств отдельных членов организации, в целях достижения поставленных профессиональных задач.

При разработке ОПОП ВО Высшей школой государственного администрирования (факультетом) МГУ включены в набор требуемых результатов освоения программы магистратуры **«Администрирование креативных индустрий»** профессиональные компетенции, соответствующие основным типам задач профессиональной деятельности, на которые ориентирована ОПОП ВО.

При разработке ОПОП ВО Высшей школой государственного администрирования (факультетом) МГУ дополнительно включены в набор требуемых результатов освоения программы магистратуры **«Администрирование креативных индустрий»** отдельные профессиональные компетенции из профессиональных компетенций, соответствующих дополнительным типам задач профессиональной деятельности выпускников Высшей школы государственного администрирования (факультета) МГУ, на которые ОПОП ВО непосредственно не ориентирована.

2.4. Выпускник Высшей школы государственного администрирования (факультета) МГУ, освоивший программу магистратуры **«Администрирование креативных индустрий»**, обязан обладать **специализированными профессиональными компетенциями (СПК)**, устанавливаемыми Высшей школой государственного администрирования (факультетом) МГУ самостоятельно, исходя из направления подготовки 51.04.01 «Культурология» и направленности ОПОП ВО:

**МПК-1.** Способен использовать категориальный аппарат новейших научных теорий, применять методы современного культурологического исследования и проводить научные исследования в области креативных индустрий, соблюдая принципы академической этики и осознавая личную ответственность за цели, средства и результаты научной работы.

**МПК-2.** Способен осуществлять педагогическую деятельность по профильным дисциплинам и модулям в области креативных индустрий в рамках программ бакалавриата, дополнительного и среднего профессионального образования, разрабатывать учебно-методическое обеспечение этих программ под руководством специалиста более высокой квалификации, а также проводить занятия по дисциплинам культурологической направленности в рамках программ основного и среднего общего образования.

**МПК-3.** Способен генерировать и реализовывать инновационные идеи и проекты в области культурной политики, менеджмента культуры и развития межкультурных связей на различных уровнях, применяя гуманитарные технологии и аналитические методы.

**МПК-4.** Способен эффективно планировать, организовывать, мотивировать и контролировать деятельность в рамках организационной структуры креативных индустрий, используя специфические навыки, знания и личные качества членов команды для достижения поставленных профессиональных задач.

Специализированные профессиональные компетенции формируются в соответствии с выбранными профессиональными стандартами, приведенными в таблице 1 к программе магистратуры «**Администрирование креативных индустрий**» и из реестра профессиональных стандартов (перечня видов профессиональной деятельности), размещенного на специализированном сайте Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Профессиональные стандарты» (<http://profstandart.rosmintrud.ru>), а также на основе анализа требований рынка труда, предъявляемых к выпускникам, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями и объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных источников.

### 3. СОДЕРЖАНИЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ЭКЗАМЕНА

#### І. ДИСЦИПЛИНЫ БАЗОВОЙ ЧАСТИ

**1. Иностранный язык**, Беликова Евгения Константиновна, ВШГА МГУ, доцент.

*Формируемые компетенции:*

УК-6. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Креативные индустрии.
2. История развития графического искусства.
3. Основные направления в искусстве и дизайне.
4. Дизайн, графический дизайн, мировые школы графического дизайна, разделы графического дизайна, продукты графического дизайна.
5. Виды дизайна. Профессиональная терминология графического дизайнера.
6. Форма, размер, пространство в графическом дизайне.
7. Виды изобразительного искусства.
8. Современные тенденции в искусстве и дизайне.
9. Место и роль России в мировой культуре.

**2. Философия**, Седых Татьяна Николаевна, ВШГА МГУ, доцент.

*Формируемые компетенции:*

УК-2. Способен использовать философские категории и концепции при решении социальных и профессиональных задач.

ОПК-1. Способен использовать различные приемы и методы устного и письменного изложения базовых знаний при анализе культурных форм, процессов, практик в истории и современности.

ОПК-2. Способен ставить новые исследовательские задачи в области культурологии и обосновывать найденные решения.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Философия, её роль в жизни человека и общества.
2. Основные этапы исторического развития философии.
3. Онтология и теория познания.
4. Человек, его природа и сущность.
5. Социальная философия.
6. История, культура, цивилизация.
7. Философия политики, государства и права.
8. Философия государственного администрирования.

**3. Основные проблемы культурологии**, Беликова Евгения Константиновна, ВШГА МГУ, доцент.

*Формируемые компетенции:*

ОПК-2. Способен ставить новые исследовательские задачи в области культурологии и обосновывать найденные решения.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Культурология как наука.
2. Культура как предмет культурологии.
3. Типология культуры.
4. Этапы развития науки о культуре. Основные культурологические теории.
5. Экскурс в историю и теорию науки о культуре.
6. Современные культурологические концепции.
7. Знаковые эпохи в развитии мировой культуры.
8. Культурный ландшафт вне западной цивилизации.
9. Место и роль России в мировой культуре.
10. Развитие отечественной культурологической мысли.
11. Истоки и корни русской культуры.
12. Культура России в Новое время XVIII XIX вв.
13. Культура XIX-XXвв.
14. Общая характеристика культуры XX в.
15. Основные тенденции развития русской культуры.
16. Прикладная культурология.

**4. Культурная антропология,** Панич Наталья Александровна, ВШГА МГУ, доцент.

*Формируемые компетенции:*

ПК-9. Способен к эффективному, целенаправленному планированию, организации, мотивации и контролю внутри организационной структуры, а также к максимально эффективному использованию специфических навыков, знания и личностных качеств отдельных членов организации, в целях достижения поставленных профессиональных задач.

ПК-10. Способен к построению и поддержанию функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Антропология культуры и креативные индустрии: точки пересечения.
2. Понятие культуры в антропологической перспективе: от традиций к инновациям.
3. Роль мифов, ритуалов и символов в формировании культурных продуктов.
4. Идентичность, гендер, этничность в контексте культурного производства.
5. Глобализация, кросс-культурные взаимодействия и культурная гомогенизация.
6. Антропология повседневности и потребления: как формируются культурные тренды.
7. Культурное наследие и инновации: от сохранения к трансформации.
8. Этические аспекты культурного предпринимательства и культурной апроприации.

**5. Эпохи мировой литературы и культуры,** Карпухина Светлана Павловна, ВШГА МГУ, преподаватель.

*Формируемые компетенции:*

ПК-2. Способен применять в профессиональной деятельности методы современного культурологического исследования.

ПК-3. Способен к проведению научных исследований при соблюдении принципов академической этики, признает личную ответственность за цели, средства, результаты научной работы.

ПК-4. Способен вести экспертную работу в профессиональной сфере и оформлять ее в соответствии с требованиями, установленными в соответствующей предметной области.

ПК-7. Способен разрабатывать под руководством специалиста более высокой квалификации учебно-методическое обеспечение программ среднего профессионального образования, программ бакалавриата и программ дополнительного образования.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Античность и истоки европейской культуры.
2. Средневековая культура: сакральное и светское.
3. Эпоха Возрождения и рождение гуманизма.
4. Барокко и культура контраста.
5. Классицизм и рациональный проект культуры.
6. Просвещение и формирование современного субъекта.
7. Романтизм и миф индивидуальности.
8. Модерн и символизм: креативность на грани эпох.
9. Авангард и разрыв с традицией.
10. Литература и культура тоталитарных режимов.
11. Постмодерн и культура симулякров.
12. Цифровая эпоха и новые формы нарратива.

## **II. ДИСЦИПЛИНЫ ВАРИАТИВНОЙ ЧАСТИ**

**6. История и теория искусства,** Беликова Евгения Константиновна, ВШГА МГУ, доцент.

*Формируемые компетенции:*

ПК-1. Способен использовать в профессиональной исследовательской деятельности категориальный аппарат новейших научных теорий, связанных с изучением культурных процессов и практик.

ПК-2. Способен применять в профессиональной деятельности методы современного культурологического исследования.

МПК-1. Способен использовать категориальный аппарат новейших научных теорий, применять методы современного культурологического исследования и проводить научные исследования в области креативных индустрий, соблюдая принципы академической этики и осознавая личную ответственность за цели, средства и результаты научной работы.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Эволюция художественных стилей: от классики к постмодернизму.
2. Искусство как форма культурного капитала в современном обществе.
3. Институты искусства: музеи, галереи, биеннале и арт-ярмарки.
4. Теории восприятия и интерпретации искусства.
5. Арт-рынок: структура, история и современные механизмы.
6. Гендер, идентичность и искусство.
7. Цифровое искусство и новые медиа: вызовы традиционной теории искусства.
8. Искусство как инструмент социокультурной трансформации.

**7. Экономика креативных индустрий**, Растворцева Светлана Николаевна, ВШГА МГУ, профессор.

*Формируемые компетенции:*

ПК-3. Способен к проведению научных исследований при соблюдении принципов академической этики, признает личную ответственность за цели, средства, результаты научной работы.

МПК-1. Способен использовать категориальный аппарат новейших научных теорий, применять методы современного культурологического исследования и проводить научные исследования в области креативных индустрий, соблюдая принципы академической этики и осознавая личную ответственность за цели, средства и результаты научной работы.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Экономическая специфика креативных индустрий.
2. Модели финансирования креативных проектов.
3. Оценка экономического вклада креативных индустрий в ВВП и занятость.
4. Монетизация креативного контента в цифровую эпоху.
5. Экономика культурных кластеров и креативных хабов.
6. Глобальные тренды в экономике креативных индустрий.
7. Инновационные бизнес-модели в креативных индустриях.
8. Экономика авторских прав и интеллектуальной собственности.

**8. Авторское право и правовое регулирование профессиональной деятельности**, Тедеев Астамур Анатольевич, ВШГА МГУ, доцент.

*Формируемые компетенции:*

ПК-9. Способен к эффективному, целенаправленному планированию, организации, мотивации и контролю внутри организационной структуры, а также к максимально эффективному использованию специфических навыков, знания и личностных качеств отдельных членов организации, в целях достижения поставленных профессиональных задач.

МПК-4. Способен эффективно планировать, организовывать, мотивировать и контролировать деятельность в рамках организационной структуры креативных индустрий, используя специфические навыки, знания и личные качества членов команды для достижения поставленных профессиональных задач.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Эволюция авторского права в цифровую эпоху: вызовы и правовые решения.
2. Правовое регулирование авторских и смежных прав в индустриях культуры и медиа.
3. Контрактные отношения в креативных индустриях: лицензионные соглашения, роялти и трансфер прав.
4. Коллективное управление авторскими правами: механизмы, проблемы, международный опыт.
5. Интеллектуальная собственность и брендинг: правовая защита творческих концептов и образов.
6. Авторское право и генеративный искусственный интеллект: новые вызовы для правовой системы.
7. Юридическая ответственность за нарушение авторских прав: практика судов и досудебное урегулирование.
8. Международно-правовое сотрудничество в сфере защиты авторских прав.

**9. Государственное регулирование деятельности учреждений культуры и искусства, Назаренко Сергей Владимирович, ВШГА МГУ, доцент.**

*Формируемые компетенции:*

ПК-9. Способен к эффективному, целенаправленному планированию, организации, мотивации и контролю внутри организационной структуры, а также к максимально эффективному использованию специфических навыков, знания и личностных качеств отдельных членов организации, в целях достижения поставленных профессиональных задач.

МПК-4. Способен эффективно планировать, организовывать, мотивировать и контролировать деятельность в рамках организационной структуры креативных индустрий, используя специфические навыки, знания и личные качества членов команды для достижения поставленных профессиональных задач.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Модели государственного регулирования культурных учреждений: сравнительный анализ международного опыта.
2. Механизмы правового и экономического регулирования учреждений культуры в России: современные вызовы и перспективы.
3. Государственно-частное партнерство в сфере культуры: правовые основы и практика реализации.
4. Роль и функции органов государственной власти в управлении учреждениями искусства и культуры.
5. Регулирование нематериального культурного наследия: международные нормы и национальные практики.
6. Финансирование учреждений культуры: государственные субсидии, гранты и иные формы поддержки.
7. Цифровизация культуры: государственная политика в области цифровой трансформации учреждений культуры.

8. Региональная культурная политика: децентрализация управления и развитие культурной инфраструктуры на местах.

**10. Цифровые технологии управления проектами в сфере культуры,** Махно Ольга Андреевна, ВШГА МГУ, преподаватель.

*Формируемые компетенции:*

ПК-8. Способен генерировать и реализовывать на практике идеи в области культурной политики, менеджмента культуры, развития межкультурных связей на различных уровнях с использованием гуманитарных технологий.

МПК-3. Способен генерировать и реализовывать инновационные идеи и проекты в области культурной политики, менеджмента культуры и развития межкультурных связей на различных уровнях, применяя гуманитарные технологии и аналитические методы.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Цифровые платформы как инструмент управления культурными проектами: возможности и ограничения.

2. Использование систем управления проектами (PM-софта) в организациях культурной сферы.

3. Big Data и аналитика в управлении культурными проектами: от планирования до оценки результатов.

4. Цифровая трансформация музеев: управление проектами по внедрению виртуальных туров и онлайн-экспозиций.

5. Разработка и реализация культурных проектов с применением Agile и Scrum-методологий.

6. VR и AR в проектах креативных индустрий: цифровое проектное управление на этапах концепции и реализации.

7. Краудфандинг и цифровые инструменты привлечения ресурсов в сфере культуры: анализ проектного подхода.

8. Интеграция цифровых технологий в управление фестивалями и культурными событиями: от логистики до взаимодействия с аудиторией.

**11. Культура медиакommunikации,** Вихрова Ольга Юрьевна, ВШГА МГУ, доцент.

*Формируемые компетенции:*

ПК-2. Способен применять в профессиональной деятельности методы современного культурологического исследования.

ПК-3. Способен к проведению научных исследований при соблюдении принципов академической этики, признает личную ответственность за цели, средства, результаты научной работы.

МПК-1. Способен использовать категориальный аппарат новейших научных теорий, применять методы современного культурологического исследования и проводить научные исследования в области креативных индустрий, соблюдая принципы академической этики и осознавая личную ответственность за цели, средства и результаты научной работы.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Эволюция медиакommunikационной культуры в условиях цифровизации общества.

2. Медиаграмотность как компонент профессиональной культуры управленца в креативных индустриях.

3. Этика и ответственность в медиакommunikациях: современные вызовы и решения.

4. Культурная идентичность и визуальные нарративы в медиакommunikации.

5. Интеркультурная коммуникация в медиа: барьеры и стратегии взаимодействия.

6. Роль медиаплатформ в формировании публичной сферы и культурной повестки.

7. Новая риторика цифровых медиа: мемы, инфлюенсеры, нейросети.

8. Медиакommunikации как инструмент продвижения культурных проектов.

**12. Культурные и креативные экосистемы: бизнес, государство и общество, Бокарев Павел Александрович, ВШГА МГУ, доцент.**

*Формируемые компетенции:*

ПК-8. Способен генерировать и реализовывать на практике идеи в области культурной политики, менеджмента культуры, развития межкультурных связей на различных уровнях с использованием гуманитарных технологий.

МПК-3. Способен генерировать и реализовывать инновационные идеи и проекты в области культурной политики, менеджмента культуры и развития межкультурных связей на различных уровнях, применяя гуманитарные технологии и аналитические методы.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Роль культурных и креативных экосистем в устойчивом развитии территорий.

2. Модели взаимодействия государства, бизнеса и гражданского общества в сфере креативных индустрий.

3. Город как креативная экосистема: культурное планирование и брендинг территории.

4. Инфраструктура поддержки креативных экосистем: хабы, кластеры, инкубаторы.

5. Цифровизация культурных экосистем: новые формы взаимодействия с аудиторией и партнёрами.

6. Социальные инновации в креативных экосистемах: участие, инклюзия, культурное разнообразие.

7. Экономика культурных экосистем: модели монетизации и устойчивого финансирования.

8. Политика и регулирование в креативных экосистемах: локальный и глобальный контекст.

### **13. Педагогические и мультимедийные технологии в креативных индустриях, Мельник Петр Васильевич, ВШГА МГУ, доцент.**

*Формируемые компетенции:*

ПК-5. Способен осуществлять под руководством специалиста более высокой квалификации педагогическую деятельность по профильным дисциплинам (модулям) в рамках программ бакалавриата и программ дополнительного образования.

ПК-6. Способен осуществлять педагогическую деятельность по дисциплинам культурологической направленности в рамках программ основного общего и среднего общего образования.

ПК-7. Способен разрабатывать под руководством специалиста более высокой квалификации учебно-методическое обеспечение программ среднего профессионального образования, программ бакалавриата и программ дополнительного образования.

МПК-2. Способен осуществлять педагогическую деятельность по профильным дисциплинам и модулям в области креативных индустрий в рамках программ бакалавриата, дополнительного и среднего профессионального образования, разрабатывать учебно-методическое обеспечение этих программ под руководством специалиста более высокой квалификации, а также проводить занятия по дисциплинам культурологической направленности в рамках программ основного и среднего общего образования.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Интерактивные образовательные платформы в креативных индустриях: от онлайн-курсов до виртуальных лабораторий.

2. Использование дополненной и виртуальной реальности в образовательных проектах креативных индустрий.

3. Игровизация и геймификация в культурных и креативных образовательных инициативах.

4. Мультимедийные инструменты в преподавании творческих дисциплин: от подкастов до интерактивного видео.

5. Медиаобразование как инструмент формирования цифровой грамотности в креативных профессиях.

6. Проектная педагогика и командные цифровые среды в обучении в сфере креативных индустрий.

7. Инклюзивные мультимедийные технологии в культурном образовании: доступность и разнообразие.

8. Разработка цифровых педагогических продуктов в креативных индустриях: от идеи до реализации.

### III. ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ

**14. Арт-рынок и современное искусство,** Салина Мария Викторовна, ВШГА МГУ, преподаватель.

*Формируемые компетенции:*

ПК-6. Способен осуществлять педагогическую деятельность по дисциплинам культурологической направленности в рамках программ основного общего и среднего общего образования.

МПК-2. Способен осуществлять педагогическую деятельность по профильным дисциплинам и модулям в области креативных индустрий в рамках программ бакалавриата, дополнительного и среднего профессионального образования, разрабатывать учебно-методическое обеспечение этих программ под руководством специалиста более высокой квалификации, а также проводить занятия по дисциплинам культурологической направленности в рамках программ основного и среднего общего образования.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Структура и функционирование глобального арт-рынка.
2. Современные тенденции на арт-рынке: цифровизация, NFT и онлайн-платформы.
3. Экономика современного искусства: ценообразование и инвестиции.
4. Правовое регулирование арт-рынка и защита культурных ценностей.
5. Кураторские практики и институциональная критика в контексте арт-рынка.
6. Формирование художественного вкуса и влияние арт-рынка на культурную политику.
7. Арт-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях.
8. Этика и устойчивое развитие на арт-рынке.

**15. Музеи и культурные пространства брендов,** Махно Ольга Андреевна, ВШГА МГУ, преподаватель.

*Формируемые компетенции:*

ПК-6. Способен осуществлять педагогическую деятельность по дисциплинам культурологической направленности в рамках программ основного общего и среднего общего образования.

МПК-2. Способен осуществлять педагогическую деятельность по профильным дисциплинам и модулям в области креативных индустрий в рамках программ бакалавриата, дополнительного и среднего профессионального образования, разрабатывать учебно-методическое обеспечение этих программ под руководством специалиста более высокой квалификации, а также проводить занятия по дисциплинам культурологической направленности в рамках программ основного и среднего общего образования.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Музеи как инструмент формирования и укрепления бренда: от корпоративной идентичности к культурной миссии.

2. Пространства брендов как новые культурные институции: феномен pop-up музеев, immersive experience и бренд-хабов.

3. Маркетинговые стратегии и культурная аутентичность: как бренды используют культурное наследие для создания ценности.

4. Кураторские практики в брендированных пространствах: между выставочной эстетикой и коммерческой коммуникацией.

5. Бренды и музеи в цифровую эпоху: взаимодействие в социальных медиа, виртуальные туры и геймификация опыта.

6. Юридические и этические аспекты участия брендов в культурных институциях.

7. Корпоративные музеи как часть устойчивого развития бренда и его социальной ответственности.

8. Роль музеев и культурных пространств брендов в формировании территориального брендинга и креативной экономики региона.

**16. Мультимедийное сопровождение выставок, Мендель Анна Владимировна, ВШГА МГУ, доцент.**

*Формируемые компетенции:*

ПК-5. Способен осуществлять под руководством специалиста более высокой квалификации педагогическую деятельность по профильным дисциплинам (модулям) в рамках программ бакалавриата и программ дополнительного образования.

МПК-2. Способен осуществлять педагогическую деятельность по профильным дисциплинам и модулям в области креативных индустрий в рамках программ бакалавриата, дополнительного и среднего профессионального образования, разрабатывать учебно-методическое обеспечение этих программ под руководством специалиста более высокой квалификации, а также проводить занятия по дисциплинам культурологической направленности в рамках программ основного и среднего общего образования.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Интеграция мультимедийных технологий в экспозиционную практику музеев и галерей: стратегии и инструменты.

2. Иммерсивные технологии и виртуальная реальность в выставочном пространстве: новые форматы взаимодействия с аудиторией.

3. Проектирование пользовательского опыта (UX) в мультимедийных экспозициях: от концепции до реализации.

4. Аудиовизуальный сторителлинг как инструмент интерпретации культурного наследия.

5. Цифровые выставки и онлайн-экспозиции: принципы разработки и продвижения.

6. Мультимедийное сопровождение как фактор привлечения молодой аудитории в культурные институции.

7. Интерактивные инсталляции и сенсорные технологии в выставочной среде.

8. Управление мультимедийным контентом: технические и организационные аспекты реализации выставочных проектов.

**17. Искусство как коммуникация: арт-критика, ивенты, социальные сети,** Муронец Ольга Владимировна, ВШГА МГУ, доцент.

*Формируемые компетенции:*

ПК-5. Способен осуществлять под руководством специалиста более высокой квалификации педагогическую деятельность по профильным дисциплинам (модулям) в рамках программ бакалавриата и программ дополнительного образования.

МПК-2. Способен осуществлять педагогическую деятельность по профильным дисциплинам и модулям в области креативных индустрий в рамках программ бакалавриата, дополнительного и среднего профессионального образования, разрабатывать учебно-методическое обеспечение этих программ под руководством специалиста более высокой квалификации, а также проводить занятия по дисциплинам культурологической направленности в рамках программ основного и среднего общего образования.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Арт-критика в цифровую эпоху: трансформация форматов и аудитории.
2. Искусство как инструмент культурной дипломатии и общественного диалога.
3. Куратор как медиатор: коммуникационные стратегии в выставочной практике.
4. Социальные сети как платформа для художественной коммуникации и самопродвижения.
5. Ивент-менеджмент в сфере искусства: от концепции до культурного воздействия.
6. Новые медиа и интерактивное искусство: вовлечение зрителя в коммуникационный процесс.
7. Арт-журналистика и профессиональные стандарты в условиях постправды.
8. Брендинг культурных событий: визуальная и вербальная коммуникация с целевой аудиторией.

**18. Управление креативным кластером городской агломерации,** Панич Наталья Александровна, ВШГА МГУ, доцент.

*Формируемые компетенции:*

ПК-9. Способен к эффективному, целенаправленному планированию, организации, мотивации и контролю внутри организационной структуры, а также к максимально эффективному использованию специфических навыков, знания и личностных качеств отдельных членов организации, в целях достижения поставленных профессиональных задач.

МПК-4. Способен эффективно планировать, организовывать, мотивировать и контролировать деятельность в рамках организационной структуры креативных индустрий, используя специфические навыки, знания и личные качества членов команды для достижения поставленных профессиональных задач.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Модели управления креативными кластерами в условиях городской агломерации: сравнительный анализ международного опыта.

2. Интеграция креативного кластера в стратегию устойчивого развития города.

3. Управление пространственным развитием и инфраструктурой креативного кластера.

4. Экономика креативного кластера: источники финансирования и бизнес-модели.

5. Партнерские стратегии: взаимодействие с муниципалитетами, бизнесом и сообществами.

6. Цифровизация управления креативным кластером: инструменты, платформы, метрики.

7. Маркетинг и брендинг креативного кластера в условиях городской конкуренции.

8. Оценка эффективности креативного кластера: социальные, экономические и культурные индикаторы.

**19. Брендинг культурного наследия регионов России, Пшеничная Ксения Евгеньевна, ВШГА МГУ, преподаватель**

*Формируемые компетенции:*

ПК-9. Способен к эффективному, целенаправленному планированию, организации, мотивации и контролю внутри организационной структуры, а также к максимально эффективному использованию специфических навыков, знания и личностных качеств отдельных членов организации, в целях достижения поставленных профессиональных задач.

МПК-4. Способен эффективно планировать, организовывать, мотивировать и контролировать деятельность в рамках организационной структуры креативных индустрий, используя специфические навыки, знания и личные качества членов команды для достижения поставленных профессиональных задач.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Стратегии брендинга культурного наследия: от локальной идентичности к региональной конкурентоспособности.

2. Инструменты визуальной идентификации регионального культурного бренда: от герба до дизайн-кода.

3. Кейс-стади успешного брендинга культурного наследия: анализ региональных практик России и мира.

4. Нематериальное культурное наследие как драйвер бренда региона: фольклор, обряды, ремёсла.

5. Цифровые технологии и креативные медиа в продвижении бренда культурного наследия.

6. Участие местных сообществ в формировании бренда культурного наследия.

7. Роль культурных институций (музеев, культурных центров) в брендинге территории.

8. Экономика бренда культурного наследия: монетизация, туристическая привлекательность и устойчивое развитие.

**20. Этика делового общения в сфере искусства,** Пороховская Татьяна Ивановна, ВШГА МГУ, доцент.

*Формируемые компетенции:*

ПК-6. Способен осуществлять педагогическую деятельность по дисциплинам культурологической направленности в рамках программ основного общего и среднего общего образования.

МПК-2. Способен осуществлять педагогическую деятельность по профильным дисциплинам и модулям в области креативных индустрий в рамках программ бакалавриата, дополнительного и среднего профессионального образования, разрабатывать учебно-методическое обеспечение этих программ под руководством специалиста более высокой квалификации, а также проводить занятия по дисциплинам культурологической направленности в рамках программ основного и среднего общего образования.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Этические стандарты в креативных индустриях: от индивидуальной ответственности к институциональной практике.

2. Конфиденциальность, прозрачность и конфликты интересов в коммуникации между художниками, кураторами и галереями.

3. Манипуляции, культурная апроприация и этические границы в продвижении арт-проектов.

4. Этика спонсорства и меценатства в искусстве: где заканчивается альтруизм и начинается репутационная стратегия?

5. Цифровая этика и деловое общение в онлайн-пространствах искусства.

6. Этикет и межкультурная коммуникация в международных арт-проектах.

7. Этические аспекты кураторской ответственности: от отбора произведений до взаимодействия с авторами.

8. Медиация, переговоры и решение конфликтов в арт-среде: этика коммуникации как инструмент устойчивых отношений.

**21. Социальный медиа-маркетинг,** Маркеева Анна Валерьевна, ВШГА МГУ, доцент.

*Формируемые компетенции:*

ПК-6. Способен осуществлять педагогическую деятельность по дисциплинам культурологической направленности в рамках программ основного общего и среднего общего образования.

МПК-2. Способен осуществлять педагогическую деятельность по профильным дисциплинам и модулям в области креативных индустрий в рамках программ бакалавриата, дополнительного и среднего профессионального образования, разрабатывать учебно-методическое обеспечение этих программ под руководством специалиста более высокой квалификации, а также проводить занятия по дисциплинам культурологической направленности в рамках программ основного и среднего общего образования.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Стратегии продвижения креативных проектов в социальных медиа.
2. Создание визуального и текстового контента для креативных индустрий.
3. Инфлюенс-маркетинг и коллаборации с лидерами мнений.
4. Аналитика и метрики эффективности социальных медиа-кампаний.
5. Продвижение культурных мероприятий и выставок через социальные платформы.
6. Особенности работы с разными платформами: Instagram, VK, TikTok, YouTube, Telegram.
7. Социальные сети как площадка для формирования культурного бренда.
8. Этика и ответственность в социальном медиа-маркетинге.

**22. Терминология как инструмент креативного мышления (на иностранном языке), Самсонов Роман Олегович, ВШГА МГУ, доцент.**

*Формируемые компетенции:*

ПК-8. Способен генерировать и реализовывать на практике идеи в области культурной политики, менеджмента культуры, развития межкультурных связей на различных уровнях с использованием гуманитарных технологий.

МПК-3. Способен генерировать и реализовывать инновационные идеи и проекты в области культурной политики, менеджмента культуры и развития межкультурных связей на различных уровнях, применяя гуманитарные технологии и аналитические методы.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Термин как когнитивный инструмент: роль понятий в формировании креативного мышления.
2. Динамика терминологических систем в креативных индустриях: от классических понятий к гибридным формам.
3. Метаязык креативных индустрий: как термины формируют профессиональную идентичность.
4. Инновационная терминология и вербализация новых культурных феноменов.
5. Терминологическое поле как пространство смысловой навигации в проектировании творческих продуктов.

6. Влияние англоязычной терминологии на локальные креативные практики: заимствование и адаптация.

7. Игровая и метафорическая природа терминов в креативных индустриях.

8. Терминология как инструмент фасилитации и дизайн-мышления в командной работе.

### **23. Дизайн-мышление и культурные проекты (на иностранном языке),**

Беликова Евгения Константиновна, ВШГА МГУ, доцент.

*Формируемые компетенции:*

ПК-8. Способен генерировать и реализовывать на практике идеи в области культурной политики, менеджмента культуры, развития межкультурных связей на различных уровнях с использованием гуманитарных технологий.

МПК-3. Способен генерировать и реализовывать инновационные идеи и проекты в области культурной политики, менеджмента культуры и развития межкультурных связей на различных уровнях, применяя гуманитарные технологии и аналитические методы.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Принципы дизайн-мышления в управлении культурными проектами.

2. Карта эмпатии как инструмент понимания аудитории культурного проекта.

3. Итеративное проектирование культурного продукта: от идеи до внедрения.

4. Роль междисциплинарных команд в реализации культурных проектов по методу дизайн-мышления.

5. Визуализация и сторителлинг в дизайн-мышлении для культурной сферы.

6. Социально ориентированное дизайн-мышление: вовлечение локальных сообществ в создание культурных проектов.

7. Оценка и масштабирование культурных проектов, разработанных с использованием дизайн-мышления.

8. Этические аспекты и ограничения применения дизайн-мышления в культурных индустриях.

### **24. Создание фешн-бренда, Вареник Мария Сергеевна, ВШГА МГУ,**

доцент.

*Формируемые компетенции:*

ПК-1. Способен использовать в профессиональной исследовательской деятельности категориальный аппарат новейших научных теорий, связанных с изучением культурных процессов и практик.

МПК-1. Способен использовать категориальный аппарат новейших научных теорий, применять методы современного культурологического исследования и проводить научные исследования в области креативных индустрий, соблюдая принципы академической этики и осознавая личную ответственность за цели, средства и результаты научной работы.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Основы позиционирования и концептуализации фешн-бренда.
2. Разработка визуальной идентичности фешн-бренда.
3. Управление продуктовым портфелем в фешн-индустрии.
4. Маркетинговые коммуникации и продвижение фешн-бренда.
5. Цифровая трансформация и e-commerce для фешн-брендов.
6. Финансовое планирование и ценообразование в фешн-бизнесе.
7. Устойчивое развитие и этика в модной индустрии.
8. Юридические аспекты создания и защиты фешн-бренда.

**25. Маркетинг-менеджмент в индустрии моды,** Аршинова Алена Игоревна, ВШГА МГУ, доцент.

*Формируемые компетенции:*

ПК-1. Способен использовать в профессиональной исследовательской деятельности категориальный аппарат новейших научных теорий, связанных с изучением культурных процессов и практик.

МПК-1. Способен использовать категориальный аппарат новейших научных теорий, применять методы современного культурологического исследования и проводить научные исследования в области креативных индустрий, соблюдая принципы академической этики и осознавая личную ответственность за цели, средства и результаты научной работы.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Современные подходы к формированию маркетинговой стратегии модного бренда.

2. Цифровая трансформация маркетинга в fashion-индустрии: тренды, инструменты и каналы коммуникации.

3. Маркетинг устойчивой моды: как экологичность и этичность становятся частью бренд-стратегии.

4. Психология потребителя в модной индустрии: поведенческие паттерны и влияние культурного контекста.

5. Инфлюенсеры и лидеры мнений как инструмент маркетинга модных брендов.

6. Аналитика в маркетинг-менеджменте моды: от отслеживания трендов до оценки эффективности кампаний.

7. Управление брендом в fashion-индустрии: построение лояльности и эмоциональной связи с потребителем.

8. Глобальный и локальный маркетинг модных брендов: адаптация стратегий на разных рынках.

**26. Эффективность финансовых стратегий в сфере медиакоммуникаций,** Алимуратов Мурад Камилович, ВШГА МГУ, доцент.

*Формируемые компетенции:*

ПК-2. Способен применять в профессиональной деятельности методы современного культурологического исследования.

МПК-1. Способен использовать категориальный аппарат новейших научных теорий, применять методы современного культурологического исследования и проводить научные исследования в области креативных индустрий, соблюдая принципы академической этики и осознавая личную ответственность за цели, средства и результаты научной работы.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Модели монетизации медиапроектов: оценка эффективности в цифровой экономике.

2. Инвестиционная привлекательность медиакоммуникационных стартапов: критерии оценки и стратегии роста.

3. Финансовое планирование в медиаиндустрии: инструменты прогнозирования доходов и управления рисками.

4. Сравнительный анализ финансовых стратегий традиционных и цифровых медиакомпаний.

5. Влияние цифровой трансформации на финансовую устойчивость медиабизнеса.

6. Роль государственной поддержки и грантов в формировании финансовой стратегии креативных медиапроектов.

7. Анализ эффективности бюджетов медиакоммуникационных кампаний в условиях высокой конкуренции.

8. Финансовые KPI и аналитика в медиакоммуникациях: как измерять и управлять эффективностью медиабрендов.

## **27. Предпринимательство и стартапы в креативных индустриях,**

Беланов Иван Сергеевич, ВШГА МГУ, доцент.

*Формируемые компетенции:*

ПК-2. Способен применять в профессиональной деятельности методы современного культурологического исследования.

МПК-1. Способен использовать категориальный аппарат новейших научных теорий, применять методы современного культурологического исследования и проводить научные исследования в области креативных индустрий, соблюдая принципы академической этики и осознавая личную ответственность за цели, средства и результаты научной работы.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Модели бизнес-планирования для стартапов в сфере креативных индустрий.

2. Особенности венчурного и краудфандингового финансирования креативных стартапов.

3. Юридические и институциональные барьеры для стартапов в креативных индустриях.

4. Маркетинговые стратегии продвижения креативных стартапов: от MVP до устойчивого бренда.

5. Креативное предпринимательство как драйвер социального и культурного развития территории.

6. Инкубаторы и акселераторы для стартапов в сфере искусства, дизайна и медиа.
7. Управление рисками и неопределенностью в креативных стартапах.
8. Этика и устойчивость в креативном предпринимательстве.

**28. Питчинг-площадки креативных стартапов,** Юрасова Мария Владимировна, ВШГА МГУ, доцент.

*Формируемые компетенции:*

ПК-3. Способен к проведению научных исследований при соблюдении принципов академической этики, признает личную ответственность за цели, средства, результаты научной работы.

МПК-1. Способен использовать категориальный аппарат новейших научных теорий, применять методы современного культурологического исследования и проводить научные исследования в области креативных индустрий, соблюдая принципы академической этики и осознавая личную ответственность за цели, средства и результаты научной работы.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Структура и логика эффективного питча: от идеи до инвестиционного предложения.

2. Питчинг в креативных индустриях: особенности представления нематериальных продуктов.

3. Анализ успешных питчей на международных акселераторах и форумах креативных стартапов.

4. Подготовка стартапа к выходу на питчинг-платформу: стратегия, команда, MVP.

5. Инвестор как партнёр: как адаптировать питч под разные типы инвесторов в креативной сфере.

6. Сторителлинг в презентации креативного проекта: от эмоции к доверию.

7. Цифровые питчинг-платформы и онлайн-форматы презентации креативных стартапов.

8. Критерии отбора стартапов на питчинг-сессии в креативных индустриях: взгляд экспертов.

**29. Краудинвестиционные платформы в креативных индустриях,** Удалова Елена Андреевна, ВШГА МГУ, преподаватель.

*Формируемые компетенции:*

ПК-3. Способен к проведению научных исследований при соблюдении принципов академической этики, признает личную ответственность за цели, средства, результаты научной работы.

МПК-1. Способен использовать категориальный аппарат новейших научных теорий, применять методы современного культурологического исследования и проводить научные исследования в области креативных индустрий, соблюдая принципы академической этики и осознавая личную ответственность за цели, средства и результаты научной работы.

*Темы учебной дисциплины:*

1. Краудинвестинг как инструмент финансирования креативных проектов: модели, риски и возможности.
2. Анализ успешных кейсов краудинвестинга в креативных индустриях: уроки для стартапов.
3. Платформы краудинвестинга и трансформация взаимодействия между инвесторами и креативными предпринимателями.
4. Правовые и регуляторные аспекты краудинвестинга в сфере креативных индустрий в России и за рубежом.
5. Маркетинговые стратегии для продвижения креативных проектов на краудинвестинговых платформах.
6. Влияние краудинвестинга на устойчивое развитие креативных кластеров и локальных сообществ.
7. Психология коллективного инвестирования: мотивация частных инвесторов в сфере искусства и культуры.
8. Сравнительный анализ краудинвестинговых платформ: специализация, механизмы финансирования и эффективность для креативных индустрий.

## **4. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМУ ЭКЗАМЕНУ ПО ПРОГРАММЕ МАГИСТРАТУРЫ**

### **I. ДИСЦИПЛИНЫ БАЗОВОЙ ЧАСТИ**

#### **1. Иностранный язык.**

1. Основные направления в искусстве и дизайне.
2. Виды дизайна. Профессиональная терминология графического дизайнера.
3. Виды изобразительного искусства.

#### **2. Философия.**

4. Социальная философия.
5. Философия политики, государства и права.
6. Философия государственного администрирования.

#### **3. Основные проблемы культурологии.**

7. Типология культуры.
8. Этапы развития науки о культуре. Основные культурологические теории.
9. Истоки и корни русской культуры.

#### **4. Культурная антропология,**

10. Понятие культуры в антропологической перспективе: от традиций к инновациям.

11. Антропология повседневности и потребления: как формируются культурные тренды.

12. Этические аспекты культурного предпринимательства и культурной апроприации.

#### **5. Эпохи мировой литературы и культуры.**

13. Модерн и символизм: креативность на грани эпох.
14. Литература и культура тоталитарных режимов.
15. Цифровая эпоха и новые формы нарратива.

### **II. ДИСЦИПЛИНЫ ВАРИАТИВНОЙ ЧАСТИ**

#### **6. История и теория искусства.**

16. Эволюция художественных стилей: от классики к постмодернизму.
17. Институты искусства: музеи, галереи, биеннале и арт-ярмарки.
18. Арт-рынок: структура, история и современные механизмы.
19. Цифровое искусство и новые медиа: вызовы традиционной теории искусства.

#### **7. Экономика креативных индустрий.**

20. Модели финансирования креативных проектов.
21. Глобальные тренды в экономике креативных индустрий.
22. Инновационные бизнес-модели в креативных индустриях.

**8. Авторское право и правовое регулирование профессиональной деятельности.**

23. Правовое регулирование авторских и смежных прав в индустриях культуры и медиа.

24. Авторское право и генеративный искусственный интеллект: новые вызовы для правовой системы.

25. Международно-правовое сотрудничество в сфере защиты авторских прав.

#### **9. Государственное регулирование деятельности учреждений культуры и искусства.**

26. Механизмы правового и экономического регулирования учреждений культуры в России.

27. Государственно-частное партнерство в сфере культуры: правовые основы и практика реализации.

28. Цифровизация культуры: государственная политика в области цифровой трансформации учреждений культуры.

#### **10. Цифровые технологии управления проектами в сфере культуры.**

29. Big Data и аналитика в управлении культурными проектами.

30. Цифровая трансформация музеев: управление проектами по внедрению виртуальных туров и онлайн-экспозиций.

31. Разработка и реализация культурных проектов с применением Agile и Scrum-методологий.

#### **11. Культура медиакоммуникации.**

32. Эволюция медиакоммуникационной культуры в условиях цифровизации общества.

33. Культурная идентичность и визуальные нарративы в медиакоммуникации.

34. Медиакоммуникации как инструмент продвижения культурных проектов.

#### **12. Культурные и креативные экосистемы: бизнес, государство и общество.**

35. Модели взаимодействия государства, бизнеса и гражданского общества в сфере креативных индустрий.

36. Цифровизация культурных экосистем: новые формы взаимодействия с аудиторией и партнёрами.

37. Социальные инновации в креативных экосистемах: участие, инклюзия, культурное разнообразие.

#### **13. Педагогические и мультимедийные технологии в креативных индустриях.**

38. Интерактивные образовательные платформы в креативных индустриях.

39. Мультимедийные инструменты в преподавании творческих дисциплин.

40. Проектная педагогика и командные цифровые среды в обучении в сфере креативных индустрий.

### **III. ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ**

#### **14. Арт-рынок и современное искусство.**

41. Структура и функционирование глобального арт-рынка.

42. Современные тенденции на арт-рынке: цифровизация, NFT и онлайн-платформы.

43. Арт-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях.

### **15. Музеи и культурные пространства брендов.**

44. Бренды и музеи в цифровую эпоху: взаимодействие в социальных медиа, виртуальные туры и геймификация опыта.
45. Юридические и этические аспекты участия брендов в культурных институциях.
46. Корпоративные музеи как часть устойчивого развития бренда и его социальной ответственности.

### **16. Мультимедийное сопровождение выставок.**

47. Интеграция мультимедийных технологий в экспозиционную практику музеев и галерей: стратегии и инструменты.
48. Проектирование пользовательского опыта (UX) в мультимедийных экспозициях: от концепции до реализации.
49. Цифровые выставки и онлайн-экспозиции: принципы разработки и продвижения.

### **17. Искусство как коммуникация: арт-критика, ивенты, социальные сети.**

50. Арт-критика в цифровую эпоху: трансформация форматов и аудитории.
51. Ивент-менеджмент в сфере искусства: от концепции до культурного воздействия.
52. Арт-журналистика и профессиональные стандарты в условиях постправды.

### **18. Управление креативным кластером городской агломерации.**

53. Модели управления креативными кластерами в условиях городской агломерации: сравнительный анализ международного опыта.
54. Партнерские стратегии: взаимодействие с муниципалитетами, бизнесом и сообществами.
55. Маркетинг и брендинг креативного кластера в условиях городской конкуренции.

### **19. Брендинг культурного наследия регионов России.:**

56. Стратегии брендинга культурного наследия: от локальной идентичности к региональной конкурентоспособности.
57. Цифровые технологии и креативные медиа в продвижении бренда культурного наследия.
58. Экономика бренда культурного наследия.

### **20. Этика делового общения в сфере искусства.**

59. Этические стандарты в креативных индустриях: от индивидуальной ответственности к институциональной практике.
60. Цифровая этика и деловое общение в онлайн-пространствах искусства.
61. Медиация, переговоры и решение конфликтов в арт-среде: этика коммуникации как инструмент устойчивых отношений.

### **21. Социальный медиа-маркетинг.**

62. Аналитика и метрики эффективности социальных медиа-кампаний.
63. Стратегии продвижения креативных проектов в социальных медиа.
64. Инфлюенс-маркетинг и коллаборации с лидерами мнений.

## **22. Терминология как инструмент креативного мышления (на иностранном языке).**

65. Динамика терминологических систем в креативных индустриях: от классических понятий к гибридным формам.
66. Игровая и метафорическая природа терминов в креативных индустриях.
67. Терминология как инструмент фасилитации и дизайн-мышления в командной работе.

## **23. Дизайн-мышление и культурные проекты (на иностранном языке).**

68. Принципы дизайн-мышления в управлении культурными проектами.
69. Визуализация и сторителлинг в дизайн-мышлении для культурной сферы.
70. Социально ориентированное дизайн-мышление: вовлечение локальных сообществ в создание культурных проектов.

## **24. Создание фешн-бренда.**

71. Основы позиционирования и концептуализации фешн-бренда.
72. Цифровая трансформация и e-commerce для фешн-брендов.
73. Юридические аспекты создания и защиты фешн-бренда.

## **25. Маркетинг-менеджмент в индустрии моды.**

74. Современные подходы к формированию маркетинговой стратегии модного бренда.
75. Аналитика в маркетинг-менеджменте моды.
76. Глобальный и локальный маркетинг модных брендов.

## **26. Эффективность финансовых стратегий в сфере медиакоммуникаций.**

77. Модели монетизации медиапроектов: оценка эффективности в цифровой экономике.
78. Финансовое планирование в медиаиндустрии: инструменты прогнозирования доходов и управления рисками.
79. Финансовые KPI и аналитика в медиакоммуникациях: как измерять и управлять эффективностью медиабрендов.

## **27. Предпринимательство и стартапы в креативных индустриях.**

80. Модели бизнес-планирования для стартапов в сфере креативных индустрий.
81. Маркетинговые стратегии продвижения креативных стартапов: от MVP до устойчивого бренда.
82. Управление рисками и неопределенностью в креативных стартапах.

## **28. Питчинг-площадки креативных стартапов.**

83. Структура и логика эффективного питча: от идеи до инвестиционного предложения.
84. Сторителлинг в презентации креативного проекта.
85. Цифровые питчинг-платформы и онлайн-форматы презентации креативных стартапов.

## **29. Краудинвестинговые платформы в креативных индустриях.**

86. Краудинвестинг как инструмент финансирования креативных проектов: модели, риски и возможности.

87. Платформы краудинвестинга и трансформация взаимодействия между инвесторами и креативными предпринимателями.
88. Маркетинговые стратегии для продвижения креативных проектов на краудинвестинговых платформах.

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ

### 5.1. Основная литература

1. Культурология : учебник для вузов / под редакцией С. Н. Иконниковой, В. П. Большакова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 495 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16402-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568514> .
2. *Розин, В. М.* Культурология : учебник для вузов / В. М. Розин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 410 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05510-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563963> .
3. Культурология : учебник для вузов / под редакцией И. Ф. Кефели. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06542-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561572> .
4. *Воронкова, Л. П.* Культурология : учебник для вузов / Л. П. Воронкова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 202 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07712-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562377> .
5. *Горохов, В. Ф.* Культурология : учебник и практикум для вузов / В. Ф. Горохов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 320 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15084-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563566> .
6. Культурология : учебник для вузов / под редакцией А. С. Мамонтова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08998-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561108> .
7. Культурология : учебник для вузов / под редакцией Ю. Н. Солонина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 503 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06409-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559570> .
8. *Багдасарьян, Н. Г.* Культурология : учебник и практикум для вузов / Н. Г. Багдасарьян. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 410 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00310-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559594> .
9. *Нестерова, О. А.* Культурология, история культуры. Практикум : учебник для вузов / О. А. Нестерова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07933-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564731> .
10. *Нестерова, О. А.* История мировой культуры. Практикум : учебник для среднего профессионального образования / О. А. Нестерова. — 2-е изд., испр. и

- доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 319 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10847-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565065> .
11. История мировых цивилизаций : учебник и практикум для вузов / под редакцией К. А. Соловьева. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 377 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00755-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560861> .
  12. *Борзова, Е. П.* Культура и политические системы стран Востока : учебник для вузов / Е. П. Борзова, И. И. Бурдукова, А. А. Ковалев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20903-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/558971> .
  13. *Березовая, Л. Г.* История русской культуры : учебник для вузов / Л. Г. Березовая, Н. П. Берлякова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 452 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08290-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561462> .
  14. Теория культуры : учебник для вузов / под редакцией С. Н. Иконниковой, В. П. Большакова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 513 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17094-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568597> .
  15. *Шульгина, Д. П.* Культурное и природное наследие России : учебник для вузов / Д. П. Шульгина, О. В. Шульгина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18991-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565719> .
  16. *Шульга, Е. Н.* Современная философская герменевтика: понимание и интерпретация : учебник для вузов / Е. Н. Шульга. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 292 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10841-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557767> .
  17. *Егоров, Б. Ф.* От Хомякова до Лотмана. История русской литературы и культуры : учебник для вузов / Б. Ф. Егоров. — 2-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 272 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07230-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564836> .
  18. *Бажуков, В. И.* Социальная и культурная антропология : учебник и практикум для вузов / В. И. Бажуков. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 357 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02618-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560946> .
  19. *Евсеев, В. А.* Этнология и социальная антропология : учебник для вузов / В. А. Евсеев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 241 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11545-1. — Текст :

- электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566323>.
20. *Хренов, Н. А.* Субкультурные картины мира в российской цивилизации : монография для вузов / Н. А. Хренов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 567 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-12480-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/566700>.
21. *Борко, Т. И.* Культурная антропология : учебник для вузов / Т. И. Борко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 209 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09047-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562335>.
22. *Орлова, Э. А.* Социальная и культурная антропология : учебник и практикум для вузов / Э. А. Орлова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00960-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561036>.
23. *Бажуков, В. И.* Социальная и культурная антропология : учебник и практикум для вузов / В. И. Бажуков. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 357 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02618-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560946>.
24. *Козлова, М. А.* Антропология : учебник и практикум для вузов / М. А. Козлова, А. И. Козлов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05121-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561382>.
25. *Елисеев, О. П.* Культурно-историческая антропология : учебник для вузов / О. П. Елисеев. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 469 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07163-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541079>.
26. *Любутин, К. Н.* Западная философская антропология : учебник для вузов / К. Н. Любутин, А. В. Грибакин ; под общей редакцией К. Н. Любутина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 172 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11867-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561550>.
27. *Гребенюк, А. В.* История мировых цивилизаций. Цивилизации средневековой Европы : учебник для вузов / А. В. Гребенюк. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18523-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565045>.
28. *Гребенюк, А. В.* История мировых цивилизаций. Цивилизации Древнего Востока : учебник для вузов / А. В. Гребенюк. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 309 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06118-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565002>.

29. *Гребенюк, А. В.* История мировых цивилизаций. Античная цивилизация : учебное пособие для вузов / А. В. Гребенюк. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 365 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17882-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535258>.
30. Зарубежная литература конца XIX - начала XX века : учебник для вузов / под редакцией В. М. Толмачева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 811 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15558-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559992>.
31. *Ларин, Е. А.* Культура Латинской Америки. Авангард первой трети XX века : учебник для вузов / Е. А. Ларин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08654-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564776>.
32. *Никола, М. И.* История зарубежной литературы Средних веков : учебник для вузов / М. И. Никола, М. К. Попова, И. О. Шайтанов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 451 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7038-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560331>.
33. *Ганин, В. Н.* История зарубежной литературы XVII—XVIII веков : учебник для вузов / В. Н. Ганин, В. А. Луков, Е. Н. Чернозёмова ; под редакцией В. Н. Ганина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-5617-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560491>.
34. *Петрович-Белкин, О. К.* История и культура Европы : учебник для вузов / О. К. Петрович-Белкин. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 156 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04827-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556149>.
35. *Ванюшкина, Л. М.* История искусств. Возрождение и Новое время : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Ванюшкина, С. А. Тихомиров, И. И. Куракина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 484 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13474-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567436>.
36. *Ильина, Т. В.* История искусства Западной Европы. От Античности до наших дней : учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Ильина, М. С. Фомина. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 401 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07318-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564070>.
37. *Куракина, И. И.* Теория и история традиционного прикладного искусства : учебник и практикум для вузов / И. И. Куракина. — Москва : Издательство

- Юрайт, 2025. — 414 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13609-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567007>.
38. *Ильина, Т. В.* История отечественного искусства. От крещения Руси до начала третьего тысячелетия : учебник для вузов / Т. В. Ильина, М. С. Фомина. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05213-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559631>.
39. *Ильина, Т. В.* Введение в искусствоведение : учебник для вузов / Т. В. Ильина. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 201 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10029-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565541>.
40. *Гуменюк, А. Н.* Искусствоведение. Морфология пластических искусств : учебное пособие для вузов / А. Н. Гуменюк, Л. В. Чуйко. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 105 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21076-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559277>.
41. *Плеханов, Г. В.* Теория искусства и история эстетической мысли. Избранные труды / Г. В. Плеханов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 526 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-12139-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566756>.
42. *Романов, Н. И.* История итальянского искусства. Первая половина XV века / Н. И. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 230 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-15559-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568369>.
43. *Сокольников, Н. М.* История стилей в искусстве : учебник и практикум для вузов / Н. М. Сокольников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14108-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561855>.
44. *Каган, М. С.* Морфология искусств : учебник для вузов / М. С. Каган. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 388 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-06170-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564146>.
45. *Березовая, Л. Г.* История русской культуры XVIII — начала XX века : учебник для вузов / Л. Г. Березовая. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 455 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17768-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562485>.
46. *Авдеева, В. В.* Зарубежное искусство XX века: архитектура : учебное пособие для вузов / В. В. Авдеева. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 105 с. —

- (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21044-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559228>.
47. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для вузов / под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 215 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16034-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563913>.
48. *Литвина, Т. В.* Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18905-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563912>.
49. *Дубровин, В. М.* Основы изобразительного искусства. Композиция : учебник для вузов / В. М. Дубровин ; под научной редакцией В. В. Корешкова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 313 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18015-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566331>.
50. *Чарная, И. В.* Экономика культуры : учебник и практикум для вузов / И. В. Чарная. — 5-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 269 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14567-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564894>.
51. *Сологубова, Г. С.* Экономика конгрессно-выставочной деятельности : учебник для вузов / Г. С. Сологубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 248 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567675>.
52. *Хворостяная, А. С.* Стратегический бренд-менеджмент : учебник для вузов / А. С. Хворостяная. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19360-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569111>.
53. *Гумерова, Г. И.* Управление интеллектуальной собственностью : учебное пособие для вузов / Г. И. Гумерова, Э. Ш. Шаймиева. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 288 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21121-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559383>.
54. *Зельдович, Б. З.* Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный //

- Образовательная платформа Юрайт [сайт]. —  
URL: <https://urait.ru/bcode/566389>.
55. Баранова, Е. А. Медиаменеджмент. Теория и практика : учебник для вузов / Е. А. Баранова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18302-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568752>.
56. Зверева, Е. А. Авторское право в медиа : учебник для вузов / Е. А. Зверева, О. А. Стрыгина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19871-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581022>.
57. Пронин, А. А. Правовое регулирование в сфере культуры : учебник для вузов / А. А. Пронин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 140 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19681-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/580821>.
58. Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебник и практикум для вузов / С. Г. Коленько. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01521-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560579>.
59. Пронин, А. А. Государственная культурная политика : учебник для вузов / А. А. Пронин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 53 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20622-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581486>.
60. Юдина, А. И. Культурная политика: межкультурная коммуникация и международные культурные обмены : практическое пособие для вузов / А. И. Юдина, Л. С. Жукова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 47 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11591-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566446>.

## **5.2. Дополнительная литература (нормативно правовые акты)**

5.2.1. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020)

5.2.2. Федеральные законы, указы Президента РФ, постановления и распоряжения Правительства РФ

Федеральный закон от 25.06.2002 N 73-ФЗ (ред. от 26.12.2024) "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 13.01.2025)

Федеральный закон от 26 мая 1996 г. N 54-ФЗ "О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями)

Федеральный закон "О библиотечном деле" от 29.12.1994 N 78-ФЗ (последняя редакция)

Федеральный закон "О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации" от 22.08.1996 N 126-ФЗ (последняя редакция)

Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)

Федеральный закон "О некоммерческих организациях" от 12.01.1996 N 7-ФЗ (последняя редакция)

Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ (последняя редакция)

Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция)

Указ Президента РФ от 24.12.2014 N 808 (ред. от 17.07.2025) "Об утверждении Основ государственной культурной политики"

Распоряжение Правительства Российской Федерации от 11 сентября 2024 г. № 2501-р О Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 г.

И другие.