

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри
менеджменту, бізнесу і
адміністрування
Протокол № 11 від 13.01.2025 р.



Василь ОТЕНКО

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ТА КРЕАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ
робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)

Галузь знань 07 Управління та адміністрування
Спеціальність 073 Менеджмент
Освітній рівень перший (бакалаврський)
Освітня програма Менеджмент креативних індустрій

Статус дисципліни *обов'язкова*
Мова викладання, навчання та оцінювання *українська*

Розробники програми:
к.е.н., доцент



Оксана МАЗОРЕНКО

к.е.н., доцент



Катерина ПРОКОФ'ЄВА

Завідувач кафедри
менеджменту, бізнесу і
адміністрування



Тетяна ЛЕПЕЙКО

Гарант програми



Каріна НЕМАШКАЛО

Харків
2025

ВСТУП

Креативні індустрії представляють собою напрям бізнесу в галузях медіа, дизайну, культурного виробництва і спадщини, індустрії розваг та ін., що динамічно розвивається. Логіка курсу побудована з урахуванням глобальних тенденцій розвитку креативних індустрій. Даний фокус навчальної дисципліни робить її цікавою для вивчення здобувачами вищої освіти освітньої програми «Менеджмент креативних індустрій». В курсі розглядаються як теоретичні основи розвитку креативних індустрій, так і широке використання кейсів, що дозволяє здобувачам вищої освіти простежувати виникнення, розвиток і перспективи творчих індустрій на глобальному, регіональному, національному та місцевому рівнях.

У процесі навчання здобувачі вищої освіти отримують необхідні знання під час лекційних занять, виконують завдання щодо практичного застосування одержаних знань. Вивчення теоретичних положень навчальної дисципліни «Креативні індустрії та креативне управління» потребує закріплення їх за допомогою практичних занять і це складає значну частину дисципліни.

Мета навчальної дисципліни: формування у здобувачів вищої освіти креативного мислення, оволодіння інструментарієм творчого підходу до вирішення інноваційних завдань, набуття знань і навичок в області розвитку креативного середовища і створення креативної організації та набуття вмінь обґрунтування створення власного креативного бізнесу.

Завданнями навчальної дисципліни є:

– засвоєння основних методів розвитку креативного управління та використання їх на практиці;

– формування знань і навичок щодо створення креативного бізнесу.

Об'єктом вивчення дисципліни є креативні індустрії.

Предметом навчальної дисципліни є принципи, форми і методи управління в креативних галузях.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна визначено в табл. 1.

Таблиця 1

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
PH3	ЗК4, ЗК5, ЗК9, ЗК12, СК4, СК5, СК7, СК10, СК12
PH4	ЗК4, ЗК12, СК10
PH5	СК16
PH6	СК2
PH7	ЗК5, СК2, СК7
PH8	ЗК3, СК5, СК7, СК8, СК16, СК17
PH10	СК4
PH11	СК16

PH12	ЗК13, СК15
PH18	ЗК5
PH19	СК7, СК16, СК17
PH20	ЗК5, СК2, СК5, СК17
PH21	ЗК13, СК16, СК17

де PH3 – Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства.

PH4 – Демонструвати навички виявлення проблеми та обґрунтування управлінських рішень.

PH5 – Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації.

PH6 – Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

PH7 – Виявляти навички організаційного проектування.

PH8 – Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.

PH10 – Мати навички обґрунтування дієвих інструментів мотивування персоналу організації

PH11 – Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

PH12 – Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації.

PH 18 – Оцінювати можливості використання технологій для оптимізації ефективності бізнесу

PH19 – Демонструвати навички аналізу та синтезу інформації, пристосовуючи їх для аналізу та вирішення проблем в різних галузях бізнесу та менеджменту

PH20 – Координувати аспекти діяльності організацій креативного сектору, які сприяють ефективності їх роботи

PH21 – Демонструвати здатність здійснювати управління креативними проектами на всіх етапах їх життєвого циклу шляхом застосування методів генерації та оцінювання ідей, планування, реалізації й контролю проєктних рішень, з урахуванням ресурсних обмежень, ризиків та умов невизначеності у сфері креативних індустрій.

ЗК3 – Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.

ЗК4 – Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК5 – Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності

ЗК9 – Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК12 – Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК13 - Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

СК2 – Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

СК4 – Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними.

СК5 – Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту.

СК7 – Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.

СК8 – Здатність планувати діяльність організації та управляти часом.

СК10 – Здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації.

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

СК15 – Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

СК16 – Здатність демонструвати базові навички креативного та критичного мислення.

СК17 – Здатність здійснювати управління креативними проектами з урахуванням ресурсних обмежень та умов невизначеності в організаціях креативного сектору.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Теоретичні та методологічні засади креативних індустрій

Тема 1. Креативні та творчі індустрії: основні поняття і підходи до визначення секторів

Креативна економіка та її складові. Концепції культурних і креативних індустрій з точки зору різних підходів, що існують до поняття "креативність". Розвиток креативних індустрій розглядається виходячи із запитів споживачів, інтересів виробників і державних інституцій. Роль креативних індустрій у розвитку регіональної і глобальної економік. Сучасні драйвери креативних індустрій.

Тема 2. Види креативних індустрій

Види культурних і креативних індустрій. Огляд різних підходів до класифікації креативних індустрій. Моделі креативних індустрій. Українська модель класифікації креативних індустрій. Характеристика секторів креативних індустрій.

Тема 3. Креативний бізнес та креативне підприємництво

Ринок креативних індустрій. Створення цінності в креативних індустріях. Підприємництво в сфері креативних індустрій. Креативні підприємці: ідеї,

інструменти, моделі. Індивідуальні торговці та мікробізнес. Контракти та права. Підприємницькі підходи. Форми просторової організації креативної індустрії.

Тема 4. Бізнес моделі в креативних індустріях

Сутність бізнес-моделі. Традиційні та онлайн бізнес-моделі в креативних індустріях. Інноваційні бізнес-моделі. Підходи до побудови бізнес-моделі. інноваційні мережі: від технологічного розвитку до реконфігурації бізнес-моделі. Приклади бізнес-ідей та бізнес-моделей для креативних індустрій.

Моделі прибутку в креативних індустріях. Фінансування креативного бізнесу. Зовнішнє фінансування.

Тема 5. Державна політика та законодавча база в сфері креативних індустрій

Законодавство та бюджетна підтримка креативних індустрій. Державні стратегії розвитку креативної економіки. Державний захист прав інтелектуальної власності. Методи та інструменти впливу держави на розвиток креативних індустрій. Пріоритети державної політики в сфері розвитку ККІ. Український культурний фонд.

Змістовий модуль 2 Креативне управління: концептуальні та методологічні підходи

Тема 6. Креативний менеджмент в системі менеджменту організації

Основні принципи креативності, її значення в бізнесі. Креативний менеджмент як наука та практична діяльність.

Система креативного менеджменту в організації. Завдання, принципи, суб'єкти та об'єкт креативного менеджменту.

Тема 7. Формування та управління творчими командами

Сутність і типи командоутворення. Нетворкінг в організації. Нові способи командної взаємодії. Online тимблдинг.

Методи колективної креативності: метод Уолта Діснея, метод 6 мислячих капелюхів (Е. де Боно), ефект Стравінського, ідеї тенісу.

Тема 8. Управління розробкою та впровадженням креативних управлінських рішень

Суть креативного процесу: етапи та закономірності. Матриця "Класифікація методів генерування ідей".

Особливості та прийоми для ефективного прийняття рішень в креативному

бізнесі.

Перелік практичних (семінарських) завдань за навчальною дисципліною наведено в табл. 2

Таблиця 2

Перелік практичних (семінарських) завдань

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1. Завдання 1.	Рівні креативності. Вимірювання особистої креативності
Тема 1. Завдання 2.	Семінар з подолання непродуктивних переконань для інноваційного мислення.
Тема 2. Завдання 3.	Як покращити креативність?
Тема 3. Завдання 4.	Вправа Storyboard
Тема 4. Завдання 5.	Техніки креативності
Тема 4. Завдання 6.	Grid мозковий штурм
Тема 5. Завдання 7.	Відпрацювання методів колективної креативності
Тема 6. Завдання 8.	Відпрацювання методів колективної креативності
Тема 7. Завдання 9.	Практикум: Портрет креативного лідера
Тема 8. Завдання 10.	Сторітелінг для пітчінгових бізнес-проектів

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Перелік самостійної роботи

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за темою 1. Підготовка до заняття.
Тема 2	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за темою 2. Підготовка презентації. Підготовка до контрольної роботи.
Тема 3	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за темою 3. Підготовка проектів в сфері креативних і культурних індустрій. Підготовка до контрольної роботи.
Тема 4	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за темою 4. Підготовка презентації. Виконання практичних завдань Підготовка до контрольної роботи.
Тема 5	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за темою 5. Підготовка для письмової контрольної роботи.
Тема 6	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за темою 6. Підготовка презентації. Виконання практичних завдань Підготовка до контрольної роботи.
Тема 7	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за темою 7. Підготовка презентації. Виконання практичних завдань Підготовка до контрольної роботи.
Тема 8	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за темою 8.

Кількість годин лекційних, практичних (семінарських) занять та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів навчання, як:

Проблемні лекції (Теми 1, 4).

Дискусії (Теми 2, 3).

Презентації (Теми 1–8).

Моделювання професійних ситуацій (Теми 4, 5, 6, 7).

Робота в малих групах (Теми 1, 2, 3).

Під час лекцій, практичних (семінарських) занять використовуються такі методи навчання: пояснювально-ілюстративний, проблемного викладання, частково-пошуковий, дослідницький.

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

ХНЕУ ім. С. Кузнеця використовує 100-бальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час лекційних, практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретного завдання та оцінюється сумою набраних балів:

– для дисциплін з формою семестрового контролю у вигляді екзамену (іспиту): максимальна кількість балів - 60; мінімально необхідна кількість балів - 35.

Підсумковий контроль включає поточний контроль та екзамен.

Семестровий контроль здійснюється у формі семестрового екзамену.

Максимальна кількість балів, яку здобувач вищої освіти може отримати під час екзамену - 40 балів. Мінімальна кількість балів, за якої екзамен вважається складеним, становить 25 балів.

Підсумкова оцінка за дисципліну визначається:

– для дисциплін з екзаменаційною формою підсумкова оцінка складається з суми всіх балів, отриманих під час поточного контролю та екзаменаційної оцінки.

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: експрес-тести (оцінюється у 8 балів (два експрес-тести протягом семестру – загальна максимальна кількість балів – 16)); компетентнісно-орієнтовані завдання за темами (чотири компетентнісно-орієнтованих завдання по 6 балів кожне, загальна максимальна кількість балів – 24); презентація індивідуального завдання (оцінюється в 20 балів).

Семестровий контроль: Оцінювання включає екзамен (40 балів).

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в технологічній карті з навчальної дисципліни.

Приклад екзаменаційного білета та критерії оцінювання.

Приклад екзаменаційного білета

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ СЕМЕНА
КУЗНЕЦЯ

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітньо-професійна програма «Менеджмент креативних індустрій»
Навчальна дисципліна «Креативні індустрії та креативне управління»

Теоретичні тести 1. Дайте відповідь на питання тесту (8 балів).

1. План, створений компанією, для отримання доходу та прибутку за допомогою унікальної комбінації товарів або послуг, пропонує її клієнтам, і стратегії, яку вона використовує для охоплення аудиторії та продажу свого продукту на цільовому ринку -це:

- a) Бізнес-план.
- b) Стартап.
- c) Стратегія підприємства.
- d) Бізнес-модель.

2. Забезпечення належного рівня правової охорони об'єктів авторського права позитивно впливає на рівень зростання економічних показників креативних індустрій.

- a) Правильно.
- b) Неправильно.

3. Коли було офіційно на законодавчому рівні введено поняття "креативні індустрії" в Україні?

- a) 2008.
- b) 2018.
- c) 1998.
- d) 2022.

4. Що не належить до об'єктів авторського права в Україні?

- a) Народна творчість.
- b) Музично-драматичні твори.
- c) Твір архітектури.
- d) База даних.
- e) Комп'ютерна програма.

5. Хто є автором моделі компанії майбутнього?

- a) ЮНЕСКО.
- b) Дж. Хоукінс.

с) Дж. Браун.

д) Ч. Хенді.

6. Що не відноситься до прикордонних культурних індустрій згідно моделі Д. Хезмондалша?

а) Побутова електроніка.

б) Програмне забезпечення.

с) Видавнича справа.

д) Мода.

7. Організація, що надає на певних умовах і на певний час спеціально обладнані приміщення та інше майно суб'єктам малого та середнього бізнесу, які здійснюють свою діяльність на основі цікавих наукових ідей з метою отримання фінансової самостійності - це

а) Інноваційний парк.

б) Креативний хаб.

с) Бізнес-інкубатор.

д) Креативне підприємство.

8. Яке визначення креативних індустрій згідно Закону України "Про культуру"?

а). Креативні індустрії – це індустрії, що засновані на творчому потенціалі кожної окремої людини, її вміннях і талантах; при цьому існує потенціал розвитку виробництва, збільшення прибутку, створення нових робочих місць на підставі використання цього потенціалу та інтелектуальної власності.

б) Креативні індустрії — види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а їх продукти і послуги є результатом індивідуальної творчості.

с) Креативні індустрії - галузі виробництва, які створюють товари і послуги, використовуючи творчий потенціал та інтелектуальну власність в якості основних активів.

Діагностичне завдання (17 балів)

Завдання 1. Розв'язати задачу (10 балів).

Компанія виробляє і продає різноманітні інноваційні товари на території п'яти штатів США. Компанія планує здійснити реорганізацію та зосередитись на виробництві електронних жабок на одному підприємстві. У даний час виробництво розміщене на трьох, віддалених один від одного, підприємствах. Головний «кандидат» на розміщення виробництва буде мати постійні витрати 24000 дол. на місяць, а змінні – 2 дол. на одиницю продукції. Ціна однієї черепашки складе 12 дол. Складіть таблицю постійних витрат, змінних витрат та загальних витрат, прибутку для обсягу виробництва 9000, 11000 та 15500 одиниць. Зробити висновок.

Завдання 2. Обґрунтувати вибір (7 балів).

Менеджер компанії Дизайн+ повинен прийняти рішення: виробляти самостійно чи замовляти в рекламній агенції візуальний контент для просування власної компанії. Розрахунки за витратами і необхідними обсягами наведені в таблиці. Використовуючи дані табл. 1, визначте, чи доцільно компанії виробляти даний контент, чи замовляти у рекламній агенції.

Таблиця 1

Основні показники діяльності компанії Дизайн+

Показники	Виробляти	Замовляти
Річні фіксовані витрати	150000	Відсутні
Змінні витрати на одиницю	60	80
Річний обсяг необхідного візуального контенту	12000	12000

Евристичне завдання (15 балів)

8. Ключові партнери	7. Ключові види діяльності <ul style="list-style-type: none"> • Веб-програмування та верстка сторінок Інтернет Сайтів • Розроблення програмних рішень для клієнтів • Підготовка матеріалів та копірайтинг контенту • Створення дизайну та бренд-буку для замовника • Пошукова оптимізація сайтів 	2. Ціннісна пропозиція	4. Взаємовідносини з клієнтом <ul style="list-style-type: none"> • Чесність та прозорість домовленостей • Супровід проєктів після їх реалізації • Налаштування прозорих та ліцензованих рішень • Допомога у вдосконаленні бізнес-процесів 	1. Споживчий сегмент
	6. Ключові ресурси <ul style="list-style-type: none"> • Команда спеціалістів (маркетолог, дизайнер, програміст, верстальник) • Витрати на просування 		3. Канали збуту <ul style="list-style-type: none"> • Ділові події та заходи для бізнесу • Рекомендації клієнтів та партнерів • Використання технологій цифрового маркетингу 	
9. Структура витрат <ul style="list-style-type: none"> • Оплата праці команди працівників • Оренда офісного приміщення (або існують моделі побудови команд на основі фрілансерів або віддаленій роботі, при цьому обладнання та офіс не потрібні) • Просування та маркетинг • Інвестиції в обсягах від 30 тис. грн. 			5. Потоки надходження доходів	

На рис.1 наведено фрагмент Canvas для певного креативного бізнесу. На основі фрагменту необхідно:

1. Визначити галузь креативної індустрії, до якої відноситься підприємство.
2. Заповнити відсутні елементи Canvas.

Рис. 1. Фрагмент бізнес-моделі Canvas

Критерії оцінювання

Підсумкові бали за екзамен складаються із суми балів за виконання всіх завдань, що округлені до цілого числа за правилами математик.

Теоретичні тести (максимальна кількість балів – 8).

Тестові завдання складаються з 8 тестів. За кожну правильну відповідь нараховується **1 бал**.

Діагностичне завдання (максимальна оцінка – 17 балів).

14 – 17 балів ставиться за повне засвоєння програмного матеріалу та вміння орієнтуватися в ньому, свідоме застосування знань для вирішення практичних ситуацій. При виконанні діагностичних завдань здобувач вищої освіти повинен зробити правильні висновки щодо запропонованої ситуації та сформулювати власну рекомендацію щодо вдосконалення проблеми. Оформлення виконаного завдання має бути охайним.

10 – 13 балів ставиться за повне засвоєння програмного матеріалу та вміння орієнтуватися в ньому, свідоме застосування знань для розв'язання задачі. Оформлення виконаного завдання має бути охайним.

6 – 9 балів ставиться за часткове вміння застосовувати теоретичні знання для вирішення практичних завдань, якщо завдання виконано частково; відповіді здобувача вищої освіти демонструють розуміння основних матеріальних положень курсу.

3 – 5 балів в ставиться за засвоєння більшої частини матеріалу, однак, якщо здобувач вищої освіти виконує завдання без достатнього розуміння застосування навчальних матеріалів і не може правильно виконати всі завдання.

1 – 2 балів ставиться за часткове вміння застосовувати теоретичні знання для вирішення практичних завдань, за незасвоєння великого матеріалу, якщо здобувач освіти не може правильно виконати завдання, стикається з багатьма труднощами при аналізі

економічних явищ і процесів.

0 балів ставиться за невиконання завдання в цілому.

Евристичне завдання (максимальна кількість балів – 15).

13 – 15 балів ставиться за глибокі знання програмного матеріалу, застосування для відповіді не тільки рекомендованої, а й додаткової літератури та творчий підхід, чітке володіння поняттями, методами, прийомами, інструментами, вміння використовувати їх для вирішення конкретних практичних завдань, розв'язання виробничих ситуацій. При виконанні евристичного завдання здобувач вищої освіти повинен надати виробничий варіант запропонованого рішення по ситуації і зробити відповідні висновки. Питання для проектування повинні бути чіткими, логічними та послідовними.

10 – 12 балів ставиться за повне засвоєння програмного матеріалу та вміння орієнтуватися в ньому, свідоме застосування знань для розв'язання евристичного завдання, якщо виконані всі вимоги, за наявності несуттєвих помилок (тобто підхід до розв'язання задачі вірний, але допущені неточності в розрахунках окремих параметрів), або не зовсім повне оформлення результатів, отриманих при розв'язанні задачі. Оформлення виконаного завдання має бути охайним.

6 – 9 балів ставиться за вміння застосовувати теоретичні знання для розв'язання евристичної задачі, якщо більшість завдань виконано, а відповідь здобувача вищої освіти продемонструвала розуміння понятійного матеріалу навчальної дисципліни.

3 – 5 балів ставиться за засвоєння більшої частини матеріалу, однак, якщо здобувач вищої освіти виконує евристичне завдання без достатнього розуміння використання навчальних матеріалів і не може правильно виконати всі завдання.

1 – 2 балів ставиться за часткове вміння застосовувати теоретичні знання для вирішення практичних завдань, за незасвоєння великого матеріалу, якщо здобувач вищої освіти не може правильно виконати завдання, стикається з багатьма труднощами при аналізі економічних явищ і процесів.

0 балів ставиться за невиконання завдання в цілому.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Назарова Г. В. Креативна економіка та менеджмент [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Г. В. Назарова, Ю. В. Сотникова ; Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця. - Електрон. текстові дан. (1,50 МБ). - Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. - 159 с. : іл. - Загол. з титул. екрану. - Бібліогр.: с. 150-156. Доступ:

<http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/20645>

2. Семенчук Т. Б., Боняр С. М., Осипова Є. Л. та ін. Менеджмент креативних індустрій : навч. посіб. / Т. Б. Семенчук, С. М. Боняр, Є. Л. Осипова та ін. ; Державний університет інфраструктури та технологій. – Київ : ДУІТ, 2024. – 330 с.

3. Lesage F., Terren M. (eds.). Creative Tools and the softwarization of cultural production. Cham : Springer, 2024. 289 p.

4. Rowe R. W. Entrepreneurship in the Creative Industries: Using Entrepreneurial Ecosystems to Develop Creative Clusters / R. W. Rowe. – Cham :

Springer, 2022. – 261 p.

Додаткова

5. Творчі індустрії. Модель для збірки: [Сб. статей / Сост. Е. В. Зеленцовой] - М. : Інститут культурної політики, 2005. - 34 с. - (Культурні стратегії: експертний клуб. Вип. 4)

6. Ус М. І. Маркетинг вражень в умовах креативної економіки / М. І. Ус // Трансформація соціальних інститутів в інформаційному суспільстві : тези допов. IV конгресу соціологічної асоціації України, м. Харків, 28-29 жовт. 2021 р. – Харків: Соціологічна асоціація України, 2021. – С. 284-286. Доступ: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27742>

7. Bilton C. Management and creativity: From creative industries to creative management. – Blackwell Publishing, 2007.

8. Foord J. Strategies for creative industries: an international review //Creative Industries Journal. – 2009. – Т. 1. – №. 2. – С. 91-113.

9. Pererva I. M. Development of creative industries as a driver of economic growth in the digital age: international support policies and financing mechanisms / I. M. Pererva, I. A. Gruzina // Економіка та суспільство. – 2025. – Вип. 73.

10. Pererva I. M. Digital transformation of creative industries: challenges, opportunities and the role of digital tools / I. M. Pererva, O. V. Mazorenko // Actual problems of innovative economy and law. – 2025. – No. 1. – P. 45-50.

11. Pererva I. Development of creative industries and their impact on economic growth in Ukraine / I. Pererva, O. Mazorenko // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. – 2025. – Том 36 (75). - № 2. – P. 80-86.

12. Chrétien-Ichikawa S., Pawlik K. Creative industries and digital transformation in China: monograph / S. Chrétien-Ichikawa, K. Pawlik. – Electronic text data. – Singapore : Palgrave Macmillan, 2022. – 319 p.

Інформаційні ресурси

13. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf>

14. Сектор “Креативні індустрії” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=994b0513-1759-4b3b-a80a-0e70f015017d&tag=CektorKreativnikhIndustrii>

15. Cultural and creative industries statistics [Electronic resource]. – Mode of access: <https://ec.europa.eu/eurostat>.

16. Creative economy outlook [Electronic resource]. – Mode of access: <https://unctad.org>.