

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Факультет соціології



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ТА БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

для студентів

галузь знань 02 Культура та мистецтво
спеціальність 028 - Менеджмент соціокультурної діяльності
освітній рівень бакалавр
освітня програма «Комунікації та управління культурними індустріями (з обов'язковим вивченням двох іноземних мов)»
вид дисципліни обов'язкова

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2025/2026
Семестр	6-8
Кількість кредитів ECTS	12
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Форма заключного контролю	іспит

Викладачі: Богдан ГОРОБЧУК, Олена НАУМОВА, Віолетта СЕЛЕЗНЬОВА

Пролонговано: на 2026/2027 н.р. Тетяна Червінська «31» серпня 2026 р.
(підпис, ПІБ, дата)
на 20__/20__ н.р. _____ («__» __ 20__ р.)
(підпис, ПІБ)

КИЇВ – 2025

Розробник(и):

Богдан ГОРОБЧУК, к.соц.н., доцент, асистент кафедри соціальних структур та соціальних відносин

Олена НАУМОВА, к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної теорії, макро- і мікроекономіки

Віолетта СЕЛЕЗНЬОВА, доктор філософії, асистент кафедри міжнародної економіки

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри соціальних структур та соціальних відносин

Олег МАЗУРИК

Протокол № 13 від «28» серпня 2025 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри економічної теорії, макро- і мікроекономіки

Аліна ХОДЖАЯН

Протокол № 1 від «26» серпня 2025 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри міжнародної економіки

Володимир ВІРЧЕНКО

Протокол № 14 від «25» серпня 2025 р.

Схвалено науково-методичною комісією економічного факультету

Протокол № 1 від «29» серпня 2025 року

Голова науково-методичної комісії Аліна МАГОМЕДОВА

Схвалено науково-методичною комісією факультету соціології

Протокол № 13 від «28» серпня 2025 року

Голова науково-методичної комісії Тетяна ЧЕРВІНСЬКА

1. Мета дисципліни – формування у студентів комплексного розуміння природи, генези та функціонування культурних та креативних індустрій (ККІ), як основної сфери функціонування креативної економіки, а також вивчення специфіки процесів бізнес-планування.

2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:

1. *Знати* специфіку соціологічно-антропологічного підходу до вивчення суспільства та соціальних проблем, основи практичної культурології.

2. *Вміти* використовувати джерела емпіричної інформації; створювати презентації на практичних заняттях, в масовій аудиторії; вести наукову дискусію, застосовувати критичне мислення до аналізу медіа-контенту.

3. *Володіти елементарними навичками* групової роботи та публічної дискусії.

3. Анотація навчальної дисципліни: дисципліна викладається у трьох семестрах.

Перша частина (6 семестр) «Культурні та креативні індустрії» пропонує погляд на сферу креативної економіки, культурних та креативних індустрій крізь призму соціологічної теорії. Акцент зроблено на соціальних механізмах: від перетворення творчості на товар (комодифікація) до ролі культури у класовій диференціації та урбаністичних процесах. Структура курсу охоплює два блоки. Перший - історико-теоретичний фундамент (від критичної теорії Франкфуртської школи до концепцій креативної економіки), соціологічний аналіз механізмів функціонування культури (смак, простір, глобалізація) та детальний розбір окремих індустрій (кіно, медіа, мода, арт-ринок). Завершується курс аналізом викликів цифровізації (ШІ) та стратегій розвитку української культури у повоєнний час.

Наступна частина у 7 семестрі передбачає вивчення ширшої сфери, а саме креативної економіки.

Друга частина (7 семестр) «Креативна економіка» розкриває економічну природу творчої діяльності та механізми перетворення ідей, знань і талантів на товари, послуги та додану вартість. Розглядаються еволюція і чинники розвитку креативної економіки, класифікації креативних індустрій, ланцюги цінності та ринки, креативний капітал і креативний клас. Окрему увагу приділено діловій репутації як економічному ресурсу, стратегіям конкурентної боротьби, бізнес-моделям і стратегіям сталого розвитку креативних підприємств, формуванню та розвитку державної політики та стратегії сталого розвитку креативної економіки України.

Курс охоплює інтелектуальну власність, комерціалізацію творчого продукту, ціноутворення, використання підприємствами цифрової інфраструктури в процесі створення креативного продукту. Практична складова передбачає аналіз українських і міжнародних кейсів, аналіз даних та обґрунтування економічних рішень щодо сталого розвитку підприємств, креативних міст і кластерів. Студенти оцінюють економічні, соціальні й екологічні наслідки таких рішень та захищають свої творчі проєкти на завершення вивчення освітньої компоненти.

Наступна частина курсу формує основу для вивчення бізнес-планування у 8 семестрі.

Третя частина (8 семестр) «Бізнес-планування» формує практичні навички розроблення та економічного обґрунтування бізнес-проєктів у сфері креативних індустрій. Розглядаються сутність, призначення, функції та структура бізнес-плану, інформаційне забезпечення процесу планування, а також підходи до формування концепції креативного проєкту та визначення його цільової аудиторії.

Курс охоплює маркетингове, організаційне, операційне та фінансове планування, позиціонування і просування креативних продуктів і послуг, формування команди та визначення необхідних ресурсів. Окрему увагу приділено плануванню доходів і витрат, визначенню потреби у фінансуванні та можливих джерел його залучення, оцінюванню економічної доцільності проєкту, а також ідентифікації та оцінюванню ризиків в умовах невизначеності. Практична складова передбачає послідовне розроблення студентами власного бізнес-плану у сфері креативних індустрій, обґрунтування ключових управлінських та економічних рішень і презентацію проєкту за результатами вивчення освітньої компоненти.

4. Завдання (навчальні цілі):

6 семестр - «Культурні та креативні індустрії»

- ознайомити студентів з еволюцією понять «культурна індустрія» та «креативна економіка»;
- проаналізувати соціальну структуру зайнятості в секторі (прекаріат, емоційна праця);
- розкрити роль культурних індустрій у формуванні міського простору та соціальної стратифікації;
- навчити застосовувати соціологічний інструментарій для аналізу конкретних галузей (кіно, музика, дизайн тощо);
- сформувати бачення стратегічного розвитку української культури в умовах глобальних викликів.

7 семестр - «Креативна економіка»

- пояснити зміст, еволюцію та чинники розвитку креативної економіки, класифікації індустрій, ланцюги цінності та роль креативного капіталу і креативного класу;
- навчити аналізувати процес створення та комерціалізації творчого продукту, аналізувати поведінку споживачів, стратегії розвитку підприємств в креативній економіці;
- розкрити механізми формування ділової репутації, її вплив на довіру стейкхолдерів, доходи, ризики та доступ креативних підприємств до фінансових ресурсів;
- сформувати вміння враховувати цілі сталого розвитку й екологічні, соціальні та управлінські ESG-критерії під час оцінювання підприємств, міст, кластерів і державної політики;
- навчити оцінювати вплив цифрових платформ та штучного інтелекту на продуктивність працівників та ефективність діяльності компаній;
- сформувати вміння аналізувати державну політику в сфері креативної економіки
- сформувати навички роботи з даними, обґрунтування економічних рішень і презентації аналітичного проєкту.

8 семестр – «Бізнес-планування»

- ознайомити студентів із сутністю, призначенням, функціями та структурою бізнес-плану у сфері креативних індустрій;
- сформувати вміння генерувати та обґрунтовувати креативні бізнес-ідеї, визначати ціннісну пропозицію, цільову аудиторію та розробляти бізнес-модель проєкту;
- навчити здійснювати маркетингове планування, аналізувати ринкове середовище, визначати позиціонування та способи просування креативних продуктів і послуг;
- розвинути навички організаційного та операційного планування, визначення необхідних ресурсів і формування команди для реалізації бізнес-ідеї;
- навчити здійснювати фінансово-економічне планування, прогнозувати доходи і витрати, визначати потребу у фінансуванні та можливі джерела його залучення;
- сформувати вміння оцінювати економічну доцільність креативних проєктів та ідентифікувати й оцінювати ризики в умовах невизначеності;
- сформувати навички комплексного розроблення, економічного обґрунтування та презентації бізнес-плану проєкту у сфері креативних індустрій.

Що загалом спрямовано на формування наступних **компетентностей**:

ЗК7. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК12. Здатність розробляти та управляти проєктами.

ЗК13. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ФК20. Здатність аналізувати економічні, екологічні, правові, політичні, соціологічні, технологічні аспекти формування ринку культури.

ФК21. Здатність визначати стратегічні пріоритети та аналізувати особливості місцевих, регіональних, національних та глобальних стратегій соціокультурного розвитку.

ФК23. Здатність аналізувати і структурувати організаційну, управлінську проблеми та знаходити конструктивні рішення.

ФК25. Здійснювати розподіл повноважень і відповідальності на основі їх делегування.

ФК28. Здатність здійснювати ефективні комунікації та розв'язувати конфліктні ситуації у професійній діяльності.

ФК31. Здатність розробляти соціокультурні проекти та забезпечувати їх операційну реалізацію.

5. Результати навчання за дисципліною:

6 семестр

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
1	Знати основні засади аналізу культурних практик, наукові концепції організаційного різноманіття, різні парадигми розуміння мистецтва і митця	лекція, практичне заняття, самостійна робота	аналіз першоджерел (диспут), контрольна робота	20
2	Вміти використовувати теоретичні знання з менеджменту культурних та креативних індустрій у практичних ситуаціях та аналітичній діяльності	лекція, практичне заняття, самостійна робота	аналітичні завдання (кейси), контрольна робота	30
3	Подання особистої думки, ведення дискусії	лекція, практичне заняття	дискусія, контрольна робота, додаткові завдання	20
4	Творчий проєкт	самостійна робота, презентація проєкту	дискусія	30

7 семестр

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
1	Знати засади креативної економіки, структуру індустрій і ланцюги цінності, роль креативного капіталу, креативного класу, ділової репутації та принципи сталого розвитку підприємств в креативній економіці	лекція, практичне заняття, самостійна робота	аналіз першоджерел (диспут), контрольна робота	20
2	Вміти використовувати теоретичні знання з креативної економіки у практичних ситуаціях та аналітичній діяльності	лекція, практичне заняття, самостійна робота	аналітичні завдання (кейси), контрольна робота	30
3	Подання особистої думки, ведення дискусії	лекція, практичне заняття	дискусія, контрольна робота, додаткові завдання	20
4	Творчий проєкт	самостійна робота, презентація проєкту	дискусія	30

8 семестр

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
1	Знати сутність, призначення та структуру бізнес-плану, принципи маркетингового, організаційного, операційного та фінансово-економічного планування у креативних індустріях, основні підходи до фінансування та оцінювання ризиків креативних проєктів	лекція, практичне заняття, самостійна робота	аналіз першоджерел (диспут), контрольна робота	20

2	Вміти використовувати теоретичні та методичні засади бізнес-планування для обґрунтування креативної бізнес-ідеї, розроблення бізнес-моделі, планування діяльності та оцінювання економічної доцільності проєкту	лекція, практичне заняття, самостійна робота	аналітичні завдання (кейси), розрахункові завдання, контрольна робота	30
3	Подання особистої думки, ведення дискусії	лекція, практичне заняття	дискусія, контрольна робота, додаткові завдання	20
4	Творчий проєкт	самостійна робота, презентація проєкту	дискусія	30

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання 6 семестр

Результати навчання дисципліни (код)	1	2	3	4
Програмні результати навчання (назва)				
ПРН6. Класифікувати та знаходити інноваційні рішення для створення, реалізації і забезпечення соціокультурних потреб людини.	+			+
ПРН8. Визначати соціокультурний потенціал різних стейкхолдерів культурного життя.		+	+	
ПРН12. Формулювати, аргументувати професійні завдання.			+	+
ПРН19. Володіти інструментами фінансово-економічного забезпечення соціокультурної діяльності.			+	
ПРН20. Володіти навичками пошуку інформації та здобуття необхідних знань, що сприяють високоефективним результатам діяльності		+	+	
ПРН22. Прогнозувати тенденції розвитку організаційних структур в умовах суспільних змін та глобальних трансформацій.	+			+
ПРН25. Вміти діяти в умовах невизначеностей.		+	+	

7 семестр

Результати навчання дисципліни (код)	1	2	3	4
Програмні результати навчання (назва)				
ПРН6. Класифікувати та знаходити інноваційні рішення для створення, реалізації і забезпечення соціокультурних потреб людини.	+			+
ПРН8. Визначати соціокультурний потенціал різних стейкхолдерів культурного життя.	+	+		
ПРН12. Формулювати, аргументувати професійні завдання.			+	+
ПРН19. Володіти інструментами фінансово-економічного забезпечення соціокультурної діяльності.	+		+	
ПРН20. Володіти навичками пошуку інформації та здобуття необхідних знань, що сприяють високоефективним результатам діяльності	+			+
ПРН22. Прогнозувати тенденції розвитку організаційних структур в умовах суспільних змін та глобальних трансформацій.	+	+		
ПРН25. Вміти діяти в умовах невизначеностей.		+	+	

8 семестр

Результати навчання дисципліни (код)	1	2	3	4
Програмні результати навчання (назва)				
ПРН6. Класифікувати та знаходити інноваційні рішення для створення, реалізації і забезпечення соціокультурних потреб людини.	+	+		+
ПРН8. Визначати соціокультурний потенціал різних стейкхолдерів культурного життя.		+	+	

ПРН12. Формулювати, аргументувати професійні завдання.			+	+
ПРН19. Володіти інструментами фінансово-економічного забезпечення соціокультурної діяльності.		+		
ПРН20. Володіти навичками пошуку інформації та здобуття необхідних знань, що сприяють високоефективним результатам діяльності	+			+
ПРН22. Прогнозувати тенденції розвитку організаційних структур в умовах суспільних змін та глобальних трансформацій.		+	+	
ПРН25. Вміти діяти в умовах невизначеностей.		+	+	

7. Схема формування оцінки.

6 семестр (Культурні та креативні індустрії)

7. 1. Форми оцінювання студентів:

- семестрове оцінювання:

1. Робота на практичних заняттях (аналіз першоджерел (диспут), аналітичні завдання (кейси), дискусія; додаткові завдання): РН1, РН2, РН3, – **30 балів \ 18 балів.**
2. Виконання контрольної роботи: РН1, РН2, РН3 – **10 балів \ 6 балів.**
3. Творчий проєкт (виконання, презентація, дискусія): РН4 – **20 балів \ 12 балів.**

- **підсумкове оцінювання у формі іспиту:** письмовий іспит – РН1, РН2 (білет містить два теоретичні питання: 40 максимальних балів (по 20 балів за відповідь на кожне теоретичне питання); мінімальний бал успішного складання – 24 бали (по 12 балів за відповідь на кожне теоретичне питання).

- **умови допуску до підсумкового оцінювання:** студент допускається до іспиту за умови успішної роботи протягом семестру з результатом семестрового оцінювання 36 балів, у тому числі виконання не нижче порогового рівня позитивної оцінки обов'язкової контрольної роботи з тем 1-6 та творчого проєкту, які подаються в електронній формі не пізніше встановленого терміну, передбаченого тематичним планом.

7.2 Організація оцінювання:

1. Робота на практичних заняттях оцінюються по факту проведення, бали накопичуються протягом семестру.
2. Контрольна робота виконується в рамках практичного заняття після вивчення Тем 1-6.
3. Творчий проєкт виконується протягом семестру, презентується на останньому лекційному занятті.

7.3 Шкала відповідності оцінок

Відмінно / Excellent	90-100
Добре / Good	75-89
Задовільно / Satisfactory	60-74
Незадовільно / Fail	0-59

7 семестр (Креативна економіка)

7. 1. Форми оцінювання студентів:

- семестрове оцінювання:

1. Робота на практичних заняттях (аналіз першоджерел (диспут), аналітичні завдання (кейси), дискусія; додаткові завдання): РН1, РН2, РН3, – **30 балів \ 18 балів.**
2. Виконання контрольної роботи: РН1, РН2, РН3 – **10 балів \ 6 балів.**
3. Творчий проєкт (виконання, презентація, дискусія): РН4 – **20 балів \ 12 балів.**

- **підсумкове оцінювання у формі іспиту:** письмовий іспит – РН1, РН2 (білет містить два теоретичні питання: 40 максимальних балів (по 20 балів за відповідь на кожне теоретичне

питання); мінімальний бал успішного складання – 24 бали (по 12 балів за відповідь на кожне теоретичне питання).

- **умови допуску до підсумкового оцінювання:** студент допускається до іспиту за умови успішної роботи протягом семестру з результатом семестрового оцінювання 36 балів, у тому числі виконання не нижче порогового рівня позитивної оцінки обов'язкової контрольної роботи з тем 1-6 та творчого проєкту, які подаються в електронній формі не пізніше встановленого терміну, передбаченого тематичним планом.

7.2 Організація оцінювання:

1. Робота на практичних заняттях оцінюються по факту проведення, бали накопичуються протягом семестру.
2. Контрольна робота виконується в рамках практичного заняття після вивчення Тем 1-5.
3. Творчий проєкт виконується протягом семестру, презентується на останньому практичному занятті.

7.3 Шкала відповідності оцінок

Відмінно / Excellent	90-100
Добре / Good	75-89
Задовільно / Satisfactory	60-74
Незадовільно / Fail	0-59

8 семестр (Бізнес-планування)

7. 1. Форми оцінювання студентів:

- семестрове оцінювання:

1. Робота на практичних заняттях (аналіз кейсів, розрахункові та аналітичні завдання, дискусія, розроблення окремих складових бізнес-плану; додаткові завдання): РН1, РН2, РН3 – **30 балів / 18 балів.**
2. Виконання контрольної роботи: РН1, РН2, РН3 – **10 балів / 6 балів.**
3. Творчий проєкт – розроблення бізнес-плану проєкту у сфері креативних індустрій (виконання, презентація, дискусія): РН4 – **20 балів / 12 балів.**

- **підсумкове оцінювання у формі іспиту:** письмовий іспит – РН1, РН2. Екзаменаційна робота містить **тестові завдання, теоретичне питання та аналітичне завдання.** Максимальна кількість балів – **40 балів**, з них: тестові завдання – **10 балів**, теоретичне питання – **15 балів**, аналітичне завдання – **15 балів.** Мінімальний бал успішного складання іспиту – **24 бали.**

- **умови допуску до підсумкового оцінювання:** студент допускається до іспиту за умови успішної роботи протягом семестру з результатом семестрового оцінювання не менше **36 балів**, у тому числі виконання не нижче порогового рівня позитивної оцінки обов'язкової контрольної роботи та творчого проєкту – бізнес-плану проєкту у сфері креативних індустрій. Роботи подаються в електронній формі не пізніше встановленого терміну, передбаченого тематичним планом.

7.2 Організація оцінювання:

1. Робота на практичних заняттях оцінюються по факту проведення, бали накопичуються протягом семестру.
2. Контрольна робота виконується в рамках практичного заняття після вивчення Тем 1-6.
3. Творчий проєкт виконується протягом семестру, презентується на останньому практичному занятті.

7.3 Шкала відповідності оцінок

Відмінно / Excellent	90-100
Добре / Good	75-89
Задовільно / Satisfactory	60-74
Незадовільно / Fail	0-59

8. Структура навчальної дисципліни. Тематичний план лекцій та практичних занять.

6 семестр (Культурні та креативні індустрії)				
№ теми	Назва теми	Кількість годин		
		лекції	практичні	самост. робота
1. Історико-теоретичні засади та механізми функціонування культурних і креативних індустрій				
1	Еволюція поглядів на культуру: від критики масового до комерціалізації	2	2	5
2	Гене́за креативної економіки	2	2	-
3	Соціальна структура та специфіка праці у сфері креативного виробництва	2	2	5
4	Соціальна стратифікація і формування культурних смаків	2	2	5
5	Роль культури в урбаністичних трансформаціях і розвитку територій	2	2	5
6	Глобальні культурні потоки та проблема культурного імперіалізму	2	2	5
Контрольна робота		-	2	-
2. Галузева специфіка креативної економіки та стратегії майбутнього				
7	Аудіовізуальний сектор у системі масових комунікацій	2	2	5
8	Цифрові платформи та новітні медіа: нові агенти культурного впливу	2	2	-
9	Індустрія моди та дизайну як простір конструювання ідентичностей	2	2	5
10	Економіка вражень: туризм, фестивальний рух та музейна сфера	2	2	5
11	Видавнича справа та музична індустрія в умовах цифровізації	2	2	5
12	Інституційний аналіз арт-ринку та функціонування системи мистецтва	2	2	5
13	Виклики штучного інтелекту у контексті трансформації авторства	2	2	5
14	Стратегії відновлення та розвитку українського культурного сектору	2	2	5
Творчий проєкт		2	-	-
ВСЬОГО		30	30	60

Загальний обсяг – 120 год., у тому числі
Лекції – 30 год.
Практичні – 30 год.
Самостійна робота – 60 год.

7 семестр (Креативна економіка)

№ теми	Назва теми	Кількість годин		
		лекції	практичні	самост. робота
1. Теоретичні засади та економічні механізми креативної діяльності				
1	Креативна економіка: поняття, еволюція та чинники розвитку	2	2	7
2	Креативні індустрії: класифікації, ланцюги цінності та ринки	2	2	7
3	Креативний капітал та креативний клас	2	2	7
4	Інтелектуальна власність у креативній економіці: створення, захист і комерціалізація	2	2	7
5	Креативне підприємництво: бізнес-моделі, ділова репутація та стратегії сталого розвитку	2	4	7
Контрольна робота		-	2	-
2. Ринки, цифрові трансформації та розвиток креативної економіки				
6	Ринки креативних товарів і послуг: попит, ціноутворення та репутаційна конкуренція	2	4	7
7	Цифровізація креативної економіки: платформи, штучний інтелект та трансформація зайнятості	2	4	7
8	Креативні міста та кластери: репутація територій і сталий розвиток	2	2	7
9	Фінансування креативних індустрій	2	2	7
10	Державна політика та стратегії сталого розвитку креативної економіки України	2	2	7
Творчий проєкт		-	2	-
ВСЬОГО		20	30	70

Загальний обсяг – 120 год., у тому числі
Лекції – 20 год.
Практичні – 30 год.
Самостійна робота – 70 год.

8 семестр (Бізнес-планування)

№ теми		Кількість годин		
Назва теми		лекції	практичні	самост. робота
1. Концептуальні та ринкові засади бізнес-планування у креативних індустріях				
1	Теоретико-методичні засади бізнес-планування у креативних індустріях	2	2	5
2	Інформаційно-аналітичне забезпечення бізнес-планування: джерела даних, тенденції та параметри ринку	2	2	5
3	Формування концепції креативного бізнес-проєкту та його ціннісної пропозиції	2	2	5
4	Дослідження споживчого попиту та обґрунтування цільової аудиторії	2	2	5
5	Конкурентний аналіз і стратегічне позиціонування креативного продукту	4	2	5
6	Бізнес-моделювання та механізми монетизації у креативних індустріях	2	2	5
Контрольна робота		-	2	-

2. Організаційно-економічне обґрунтування та реалізація креативного бізнес-проєкту				
7	Маркетингове планування та стратегія виведення креативного продукту на ринок	2	2	5
8	Організаційне планування: команда, партнерства та розподіл функцій у креативному проєкті	2	2	5
9	Операційне планування та ресурсне забезпечення реалізації бізнес-проєкту	2	2	5
10	Фінансова модель бізнес-проєкту: доходи, витрати, грошові потоки та беззбитковість	4	4	5
11	Джерела фінансування та оцінювання економічної ефективності креативного проєкту	4	2	5
12	Ризики, сценарне планування та комплексне обґрунтування життєздатності бізнес-проєкту	2	2	5
Творчий проєкт		-	2	-
		30	30	60

Загальний обсяг – 120 год., у тому числі
Лекції – 30 год.
Практичні – 30 год.
Самостійна робота – 60 год.

Загалом:

Загальний обсяг – 360 год., у тому числі
Лекції – 80 год.
Практичні – 90 год.
Самостійна робота – 190 год.

9. Рекомендовані джерела:

6 семестр (Культурні та креативні індустрії)

Основна:

- Гундорова Т. Транзитна культура і постколоніальна травма / Тамара Гундорова. – Київ : Віхола, 2024. – 272 с.
- Дослідження дозволів і культурних потреб міської молоді в Україні : аналітичний звіт / Аналітичний центр CEDOS ; [за ред. А. Бобрової]. – Київ, 2020. – 128 с. – URL: https://cedos.org.ua/wp-content/uploads/doslidzhennya_dozvillya_i_kulturnyh_potreb_miskoi%CC%88_molodi_v_ukrai%CC%88ni.pdf (дата звернення: 03.01.2026).
- Флорида Р. Homo creativus. Як новий клас завойовує світ. — К.: Наш Формат, 2018.
- Bourdieu, Pierre (1984) Distinction: A social critique of the judgement of taste. Harvard university press
- Creative Economy Outlook. 2022 – UNCTAD. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsc2022d1_en.pdf (дата звернення: 03.01.2026).
- Hesmondhalgh D., Baker S. Creative Labour: Media Work in Three Cultural Industries. Routledge, 2011.

Додаткова:

- Бойко Н. Інтернет як соціальний ресурс демократизації сучасного українського суспільства : монографія. – Київ: Інститут соціології НАН України, 2020. – с.195 – 207.
- Галахова Т. Креативні індустрії: теоретично-методологічні підходи вивчення. Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. 2014. № 9 (4). С. 9–13.
- Головаха Є. Українське суспільство: шляхи трансформації / Є. Головаха // Український соціологічний журнал.- 2016.- № 1-2 – С.26-30 - Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/>

- Закон України Про культуру. URL: https://urist.com.ua/act/pro_kulturu (дата звернення: 03.01.2026)
- Карасьова Н. А. Креативні індустрії як елемент стратегії постіндустріального розвитку. Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти. №3, 2019, ст. 110 – 120
- Культура і креативність. Креативна економіка. Електронний ресурс. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/course/lecture-4> (дата звернення: 03.01.2026)
- Ланюк Є. Ю. Естетика як форма пізнання та осмислення політики. Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Філософія. Соціологія. Політологія 21, вип. 23 (3). 2013. С. 109-113
- Менеджмент креативних індустрій: навч. посіб. / [Т. Л. Семенчук та ін.]. – К.: ДУІТ, 2024. – 330 с.
- Подольчак Н., Левицька Я. Поняття та структура креативних індустрій в державному управлінні. Державне управління. удосконалення та розвиток. 2021. N 10. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/10_2021/3.pdf (дата звернення: 03.01.2026)
- Проскуріна М.О. Креативні індустрії як середовище економічної діяльності. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип.8. С.242–245. URL: <http://global-national.in.ua/archive/8-2015/50.pdf> (дата звернення: 03.01.2026).
- Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 квітня 2019 року № 265 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text> (дата звернення: 03.01.2026).
- Стан культури та креативних індустрій під час війни – результати дослідження від Українського культурного фонду та МКІП України URL: <https://ucf.in.ua/news/11082022> (дата звернення: 03.01.2026).
- Стеценко Л. Л. Сучасна українська естетика: до визначення тенденцій розвитку // Гуманітарний часопис № 2. 2013. С. 55-62.
- Тейлор К. Мистецтво під ключ. Менеджмент і маркетинг культури / Катя Тейлор. – К.: ArtHuss, 2021. – 228 с.
- Урядовий портал. Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhnoyi-diynalnosti-yaki-nalezhat-do-kreativnih-industrii> (дата звернення: 03.01.2026).
- Холодницька А. В. Актуальні тенденції розвитку креативних індустрій в Україні в умовах глобалізації. Економіка і суспільство. 2018. Вип. 14. С. 151–157.
- Юсипович А. В. Типи програм розважального телебачення України. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&artic le=2122> (дата звернення: 03.01.2026).
- Golovakha E., Gorbachik A. Social Changes in Ukraine and Europe: Outcomes of European Social Survey 2005-2007(2009)
- Edwards B., McCarthy J. D. Resources and Social Movement Mobilization // The Blackwell Companion to Social Movements / Ed. by D. A. Snow, S. A. Soule, H. Kriesi.– Malden: Blackwell Publishing, 2004.– Pp. 116-152.
- Ritzer G. Contemporary Sociological Theory and Its Classical Roots. # 2nd ed. # McGraw Hill Inc., 2007. # Pp. 1#131.

7 семестр (Креативна економіка)

Основна:

- Флорида Р. Homo creativus. Як новий клас завойовує світ / Річард Флорида ; пер. з англ. Київ : Наш Формат, 2018. 320 с.
- Ashley A. J. et al. The creative economy: arts, cultural value and society in practice. – Taylor & Francis, 2024.
- Comunian R. et al. Introduction to a modern guide to creative economies // A Modern Guide to Creative Economies. – Edward Elgar Publishing, 2022. – С. 1-19.
- Lupu R. et al. Research, development and innovation in the creative industries: Reframing our understanding of the creative economy. – Taylor & Francis, 2025. – С. 118.

5. Valiati L. The political economy of the creative and cultural industries: Stitching perspectives for research, policy and practice. – Taylor & Francis, 2025.
6. Virani T. E. Global Creative and Cultural Industries Policy: Opportunities, Challenges and Implications. – 2026.

Додаткова:

1. Безугла, Л., & Лазакович, І. (2024). Креативні індустрії та креативна економіка: досвід України в умовах війни. *Економіка та суспільство*, (63). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-30>
2. Мазур О., Сергій К. Вплив цифрової трансформації на розвиток креативних індустрій // *Аспекти публічного управління*. – 2024. – Т. 12. – №. 1. – С. 121-128. <https://doi.org/10.15421/152416>
3. Наумова О. Сучасні технології управління людським капіталом: вплив на лояльність працівників / О. Наумова, А. Копил // *Теоретичні та прикладні питання економіки*. – 2024. – №2(49). С. 118-128. - DOI <https://doi.org/10.17721/tpe.2024.49.11>
4. Наумова О. Корпоративне волонтерство як інструмент управління лояльністю стейкхолдерів організації / О. Наумова, А. Копил // *Вчені записки Університету "КРОК"*. – 2024. – № 4(76). - С. 146-154. - DOI <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2024-76-146-154>.
5. Смолінська, С., Гнаткович, О., & Сич, О. (2022). Політика розвитку креативних індустрій єс. *Економіка та суспільство*, (43). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-28>
6. Naumova O. Restoring a company's business reputation in the context of economic security / O. Naumova, M. Naumova, V. Talalaievskiy // *Економіка та суспільство*. - 2024. - № 70. - DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-83>
7. Naumova O. The impact of business reputation on ensuring the economic security of a company / O. Naumova, M. Naumova, A. Shevchuk // *Економіка та суспільство*. - 2024. - № 62. - DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-150>.
8. Naumova O. Cross-cultural perceptions of business reputation at the international level / Olena Naumova, Mariia Naumova, Sofia Karpenko // *Цифрова економіка та економічна безпека*. - 2025. - № 1(16). - С. 46-52. - DOI <https://doi.org/10.32782/dees.16-7>
9. Naumova, O., & Naumova, M. (2025). ESG-oriented strategic human resource management and business reputation: resilience factors of IT-companies in the context of human resource crisis. *Economy and Society*, (81). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-81-19>
10. Pysanets, K., Naumova, O., Naumova, M., Kharlamova, G., & Nate, S. (2026). Reputation Spillovers and Trust Dynamics of Cryptocurrencies in Wartime Ukraine: Evidence from Ukrainian SME Entrepreneurs. *FinTech*, 5(2), 47. <https://doi.org/10.3390/fintech5020047>

Електронні джерела:

1. <http://ukrstat.gov.ua/>- Державна служба статистики України .
2. http://www.biz-sites.net.ua/show_site/787- Звітність підприємств України.
3. <http://www.nbuv.gov.ua/> - Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського
4. <http://www.ukrproject.gov.ua/>- Державне агентство з інвестицій та управління національними проектами України.
5. [Tech ecosystem guide_cover_PRINT_new\(unit.city\)](#)- Старт-екосистема України

Мобільні додатки:

1. Faïro – фінансовий додаток.
2. Asana – додаток для організації роботи команди.
3. Trello, TripIt, HootSuite – інструменти для оптимізації робочого часу (власного та командного).
4. Foursquare – інструмент залучення клієнтів на основі чекінів.

8 семестр (Бізнес-планування)

Основна:

1. Зарицька О. Л., Симак А. В., Войцеховська В. В., Поліщук І. М., Мирошенко Н. Ю. Бізнес-план у підприємницькій діяльності : навчальний посібник. Львів : Новий Світ–2000, 2023. ISBN:978-617-7519-45-3.
2. Пашук Л. В., Свищук І. Л. Екосистемний підхід до розвитку креативних галузей економіки. *Ефективна економіка*, 2025, (2). DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.2.31>
3. Свищук І. Багаторівнева модель оцінки стратегічних факторів розвитку креативних індустрій. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*, 2026, 37, 50-56. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.37.2026.365447>
4. Свищук І. Концептуальні підходи до визначення сутності категорії "креативні індустрії" та їхньої класифікації у сучасному контексті. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*, 2025, 2 (227), 80–88. DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2025/227-2/10>
5. Свищук І. Сучасні тренди розвитку креативних індустрій в Україні. *Сталий розвиток економіки*, 2025, (1 (52), 150-157. URL: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-52-21>
6. Свищук І. Місце українських креативних індустрій на світовому ринку. *Економіка та суспільство*, 2026, (87). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-87-23>
7. Ashley A. J., Loh C. G., Bubb M. R., Goldberg-Miller S. B. D. *The Creative Economy: Arts, Cultural Value and Society in Practice*. Routledge, 2024. 330 p.
8. Caves R. E. *Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce*. Cambridge, MA : Harvard University Press, 2000. 454 p.
9. Howkins J. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Allen Lane, 2001. 263 p.
10. Roy P., Pellegrin-Boucher E. (Eds.). *Business Model Innovation in Creative and Cultural Industries*. Routledge, 2025. 186 p.
11. Reis J. A., Segares M., Hartmann S. *Creative Entrepreneurship: Building Your Creative Venture*. Routledge, 2026. 254 p.

Додаткова:

1. Нагачевська Т.В. Економічне обґрунтування в маркетингу // *Маркетинг: Світовий досвід та український вимір: підручник*. Вид. 2-е, доп та перероб. /За заг. ред. А.О. Старостіної. Київ. Видавництво Ліра-К. 2024. 484 с. Розділ 7.2, с.325-337. Розділ 8.1. Нагачевська Т.В. Пригара О.Ю. Інноваційна стратегія суб'єктів господарювання. с.353-365.
2. Ільчук М. М., Коновал І. А., Барановська О. Д. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навчальний посібник. Київ : НУБіП України, 2024. 246 с.
3. Свищук І. Л. Інтегрований підхід до класифікації креативних індустрій. *Проблеми сучасних трансформацій*. Серія: економіка та управління, 2025, (17). DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2025-17-03-02>
4. Свищук І. Концентрація експорту та імпорту товарів креативних індустрій у світовій торгівлі. *Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму*. Серія: економіка, психологія та управління, 2026, 7. DOI: <https://doi.org/10.54929/3041-2390-2026-07-01-01>
5. Пашук Л., Свищук І. Вибір конкурентних стратегій на міжнародних ринках одягу. *Економіка та суспільство*, 2023, (53). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-71>
6. Свищук І. Структурні зрушення у зайнятості креативних індустрій у процесі трансформації ринку праці. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 2026, 352(2), 415-421. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2026-352-56>
7. Пашук Л., Свищук І. Регресійний аналіз впливу економічних факторів на розвиток креативних індустрій в Україні. *Економіка та суспільство*, 2024, (65). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-46>
8. Adorno T., Horkheimer M. *Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments*. Stanford : Stanford University Press, 2002. 282 p.

9. Beckman G. D., Androes K. Strategic Decision Making in the Arts: Case Studies in Arts and Cultural Entrepreneurship. Routledge, 2025. 292 p.
10. Gander J. Strategic Management in the Creative and Cultural Industries. 2nd ed. Routledge, 2026. 262 p.
11. Garnham N. Concepts of Culture: Public Policy and the Cultural Industries. Cultural Studies. 1987. Vol. 1, No. 1. P. 23–37.
12. Svyshchuk I. Conceptual basis for the classification of creative industries and empirical analysis of their development based on turnover dynamics. Three Seas Economic Journal, 2025, 6(2), 82-87. DOI: <https://doi.org/10.30525/2661-5150/2025-2-13>
13. UNCTAD. Creative Economy Outlook 2024. Geneva : United Nations Conference on Trade and Development, 2024. URL: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024>
14. UNCTAD. Advancing the Measurement of the Creative Economy: A Revised Framework for Creative Industries and Trade. Geneva: United Nations, 2024. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditetsce2024d1_en.pdf
15. UNESCO. ReShaping Policies for Creativity: We Share, We Act, We Build. Paris : UNESCO, 2026. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000397330>