МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики

Кафедра СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Декан факультету журналістики

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Костюк В.В.

 (підпис) (ініціали та прізвище)

«\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021

**«Креативні індустрії»**

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки **магістр**

очної (денної) та заочної (дистанційної) форм здобуття освіти

спеціальності **061 – журналістика**

освітньо-професійна програма **журналістика**

**Укладач** Ковпак Вікторія Анатоліївна, д.соц.ком., доцент

|  |  |
| --- | --- |
| Обговорено та ухваленона засіданні кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльностіПротокол № 1 від “30” серпня 2021 р.Завідувач кафедри\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.В.Березенко (підпис) (ініціали, прізвище ) | Ухвалено науково-методичною радою факультету журналістикиПротокол № 1 від “31” серпня 2021р.Голова науково-методичної ради факультету\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н.В. Романюк (підпис) (ініціали, прізвище ) |

|  |
| --- |
| Погоджено з навчально-методичним відділом\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (підпис) (ініціали, прізвище) |

2021 рік

**1. Опис навчальної дисципліни**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Галузь знань, спеціальність,****освітня програма****рівень вищої освіти** | **Нормативні показники для планування і розподілу дисципліни на змістові модулі** | **Характеристика навчальної дисципліни** |
| очна (денна) форма здобуття освіти | заочна (дистанційна)форма здобуття освіти |
| **Галузь знань**06 «Журналістика» | Кількість кредитів – 3 | **Вибіркова** |
| **Блок дисциплін вільного вибору студента в межах спеціальності** |
| **Спеціальність**061 Журналістика | Загальна кількість годин –90 | **Семестр:** |
| 3-й |  |
| **Освітньо-професійна програма**Журналістика | Змістових модулів – 4 | **Лекції** |
| 12 год. |  |
| **Практичні** |
| 10 год. |  |
| Рівень вищої освіти:**магістерський** | Кількість поточних контрольних заходів – 8 | **Самостійна робота** |
| 68 год. |  |
| **Вид підсумкового****семестрового контролю:**залік |

*2. Мета та завдання навчальної дисципліни*

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Креативні індустрії» є визначення основних функцій і механізмів менеджменту креативних індустрій, аналіз ключових секторів даної індустрії, вивчення технологій та механізмів фінансування креативних індустрій.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Креативні індустрії» є:

* ознайомити студентів з основними поняттями культурних індустрій та креативного підприємництва;
* представити множину галузей креативної індустрії;
* охарактеризувати знакові події в історії української культури;
* визначити концепції дизайну та архітектури як галузей креативних індустрій;
* окреслити організаційні аспекти медіа та ТБ в дискурсі креативних індустрій;
* сформувати уявлення про форми колаборації видавництва та сучасного мистецтва.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**знати**:

* зміст понять «культурні індустрії» та «креативні індустрії»;
* основні функції і механізми менеджменту культурних та креативних індустрій;
* технології креативних та культурних індустрій;
* механізми фінансування креативних та культурних індустрій;
* особливості креативних і культурних індустрій в Україні.

**уміти:**

- здійснювати професійні функції і обов’язки менеджерів соціокультурної

діяльності;

- застосовувати отримані знання та навики в майбутній професійній діяльності;

- володіти навиками аналізу стану, проблем і тенденцій креативних і культурних індустрій в Україні;

- створення культурних проєктів;

- діяльність щодо просування й реалізації проектів у сфері культурних і креативних індустрій.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких **компетентностей**:

|  |  |
| --- | --- |
| Заплановані робочою програмою результати навчання та компетентності | Методи і контрольні заходи |
| Програмні компетентності:З*агальні компетентності*ЗК4. Здатність опановувати знання й розуміти предметну сферу та професійну діяльність;ЗК5 Здатність до критики і самокритики;ЗК6 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;ЗК7 Навички використання інформаційних та комунікаційних технологійЗК9 Здатність до адаптації та дії в новій ситуації;ЗК10 Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами інших галузей знань / видів економічної діяльності);ЗК11 Здатність працювати в команді; ЗК12 Здатність до міжособистісної взаємодії;*Фахові компетентності:*ФК1. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій до своєї професійної діяльності;ФК2. Здатність організовувати і проводити професійну діяльність у сфері соціальних комунікацій;ФК4 Здатність формувати інформаційний контент;ФК7. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт;ФК7. Здатність проводити дослідження з метою ефективного просування медійного продукту;ФК10 Здатність приймати ефективні управлінські рішення | Методи:Словесні методи (робота з навчальними матеріалами).Практичні методи (практичні кейси).Логічні методи (індуктивні, дедуктивні).Метод формування пізнавального інтересу (навчальна дискусія). |
| Програмні результати навчанняРН3н1 Базові знання з філософії, політології, що сприяють розвитку загальної культури та соціалізації особистості.РН3н2 Знання вітчизняної історії та культури, розуміння причинно-наслідкових зв’язків розвитку суспільства й уміння їх використовувати в професійній і соціальній діяльності.РНУ1. Уміння володіти методами спостереження, ідентифікації, класифікації та аналізу предмета діяльності.РНУ4. Уміння працювати з інформацією, здійснювати пошук, збереження, обробку й аналіз інформації з різних джерел і баз даних, представляти її в необхідному форматі з використанням інформаційних, комп'ютерних технологій.РНУ6. Уміння використовувати мовностилістичні засоби для чіткого формулювання думки й викладення фактів у межах визначених форм і жанрів журналістики, наукових розвідках.РНЗЗ4. Здатність створювати інформаційний продукт.РНЗЗ5. Здатність використовувати новітні технології для створення якісного контенту.РНК1. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності). РНК2. Здатність працювати в команді. РНК3. Здатність до міжособистісної взаємодії.РНК5. Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності. РНК6. Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегіюРН5. Узагальнювати, аналізувати і синтезувати інформацію в діяльності, пов’язаній із її пошуком, накопиченням, зберіганням та використаннямРНАіВ1. Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за ухвалення рішень у непередбачуваних умовах. РНАіВ2. Здатність працювати автономноРНАіВ3. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. РНАіВ4. Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та / або груп осіб.РНАіВ6. Здатність проводити дослідження для ефективного просування медійного продукту | Методи контролю і самоконтролю (усний, письмовий).Самостійно-пошукові методи (індивідуальна робота).Контрольні заходи: захист лабораторних завдань; індивідуальне практичне завдання; залік. |

**Міждисциплінарні зв’язки.** курс «Креативні індустрії» пов’язаний із дисциплінами циклу професійної теоретичної та практичної підготовки, а саме: «Медіакультура», «Реклама та зв’язки з громадськістю», «Креативне письмо».

**3. Програма навчальної дисципліни**

***Змістовий модуль 1. Креативні індустрії: зміст поняття, тренди, потенціал.***

*Тема 1. Креативні індустрії: поняття, філософія менеджменту*

Зміст поняття креативних індустрій. Феномен «гарячих» та «холодних» культур. Головний ресурс креативних індустрій. Поняття «креативна економіка». Креативні індустрії як інструмент національної безпеки.

***Змістовий модуль 2. Культура в суспільстві: цінності, прояви.***

*Тема 2. Культура в суспільстві: цінності, прояви.*Культура: цінності та символи. Культура: соціальні відносини та соціальні запити. Потенціал українських традицій в культурній індустрії. Поєднання сфер: мистецтво й наука, безпека і відпочинок, високі технології та мода. Креативні індустрії та технології: VR (віртуальна реальність), AR (доповнена реальність) та AI (штучний інтелект).

***Змістовий модуль 3. Знакові події в історії української культури – від мистецтва до фестивалів і нових інституцій.***

*Тема 3. Знакові події в історії української культури 1991-2021 років – від мистецтва до фестивалів і нових інституцій.* Огляд знакових подій в історії української культури 1991-2021 років – від мистецтва до фестивалів і нових інституцій на прикладі проєкту «30 років. Культура», спецпроєкту українського журналу літературного репортажу Reporters і Українського ПЕН.

***Змістовий модуль 4. Галузі креативних індустрій: тренди, потенціал***

*Тема 4. Дизайн та архітектура потенціал індустрій*.

Декомунізація у міському просторі. Важлива складова у відкритості міста до діалогу – громадські слухання. Потенціал незалежних шкіл. Функціонльність як пріоритет.

*Тема 5. Креативні індустрії: тренди медіа та ТБ.*

Деолігархізація. Квоти. Нішевість. Сторітеллінг. Мобільність контенту. Технологічні інновації.

*Тема 6. Видавництво та сучасне мистецтво як галузі креативних індустрій.*

Активний вибух перекладної літератури, бізнес-літератури та нон-фікшн. Пошук балансу між дзвінкою ідеєю і винятковим виконанням. Колаборації видавництв та сучасного мистецтва. Мистецтво як ефективний інструмент бізнесу.

**4. Структура навчальної дисципліни**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Змістовий модуль | Усьогогодин | Аудиторні (контактні) години | Самостійна робота, год | Система накопичення балів |
| Усьогогодин | Лекц., год | Практ., год. | Теор.зав-ня,к-ть балів | Практ.зав-ня,к-ть балів | Усьогобалів |
| о/дф. | з/дистф. | о/дф. | з/дистф. | о/дф. | з/дистф. |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** |
| 1 | 15 | 4 | 2 |  | 2 |  | 11 |  | 5 | 10 | 15 |
| 2 | 15 | 8 | 4 |  | 4 |  | 7 |  | 5 | 10 | 15 |
| 3 | 15 | 4 | 2 |  | 2 |  | 11 |  | 5 | 10 | 15 |
| 4 | 15 | 6 | 4 |  | 2 |  | 9 |  | 5 | 10 | 15 |
| Усього за змістові модулі | 60 | 22 | 12 |  | 10 |  | 38 |  | 20 | 40 | 60 |
| Підсумковий семестровий контроль**Залік** | 30 |  |  |  |  |  | 30 |  |  |  | 40 |
| Загалом |  | **90** | **100** |

1. **Теми лекційних занять**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №з/п | Назва теми | Кількістьгодин |
| ден.  |
| 1 | Креативні індустрії: зміст поняття, тренди, потенціал. | 2 |
| 2 | Культура в суспільстві: цінності, прояви. | 4 |
| 3 | Знакові події в історії української культури 1991-2021 років – від мистецтва до фестивалів і нових інституцій. | 2 |
| 4 | Галузі креативних індустрій: тренди, потенціал | 4 |
| Разом  |  | 12 |

 **6. Теми практичних занять**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №з/п | Назва теми | Кількістьгодин |
| ден.  |
| 1 | Креативні індустрії: зміст поняття, тренди, потенціал. | 2 |
| 2 | Культура в суспільстві: цінності, прояви. | 4 |
| 3 | Знакові події в історії української культури 1991-2021 років – від мистецтва до фестивалів і нових інституцій. | 2 |
| 4 | Галузі креативних індустрій: тренди, потенціал | 2 |
| Разом  |  | 10 |

1. **Самостійна робота**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №з/п | Назва теми | Кількістьгодин |
| ден.  |
| 1 | Креативні індустрії: зміст поняття, тренди, потенціал. | 11 |
| 2 | Культура в суспільстві: цінності, прояви. | 7 |
| 3 | Знакові події в історії української культури 1991-2021 років – від мистецтва до фестивалів і нових інституцій. | 11 |
| 4 | Галузі креативних індустрій: тренди, потенціал | 9 |
| Разом  |  | 38 |

**Індивідуальне практичне завдання.** Варіант 1**.** Пройти онлайн-курс на освітній платформі Prometheus «Дизайн-мислення для інновацій» за посиланням: (https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:Prometheus+DTI101+2017\_T3/about). Варіант 2. 1) Опрацювати «Звіт щодо опрацювання даних для міст Дніпро, Київ, Львів, Одеса, Харків апробаційного дослідження «Індекс культурного та креативного потенціалу міст України» (https://cedos.org.ua/researches/dosvid-vymiriuvannia-kultury-ta-kreatyvnosti-v-mistakh-ukrainy/); 2) Обрати місто. 3) Виміряти креативність обраного міста за допомогою спеціального індексу, що складається з трьох субіндексів: «Культурне життя», «Креативна економіка» та «Сприятливі умови». 4) Результати дослідження внести у таблицю.

**7. Види і зміст поточних контрольних заходів**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №змістовогомодуля | Вид поточногоконтрольного заходу | Зміст поточногоконтрольного заходу | КритеріїОцінювання | Усьогобалів |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| 1 | Тест 1 за теоретичними питаннями ЗМ 1в системі Мудл | Навчальний матеріал за ЗМ 1  | Кількість питань – 5, кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал. | 5 |
| Усне опитування та практичне завдання | Усне опитування за планом: *План 1.* ***Креативні індустрії: зміст поняття, тренди, потенціал.***Тема 1. Креативні індустрії: поняття, філософія менеджментуЗміст поняття креативних індустрій. Феномен «гарячих» та «холодних» культур. Головний ресурс креативних індустрій. Поняття «креативна економіка». Креативні індустрії як інструмент національної безпеки | Відповіді на усні запитання – 10 б. | 10 |
| **Усього за ЗМ 1****контр.****заходів** | 2 |  |  | 15 |
| 2 | Тест 2 за теоретичними питаннями ЗМ 2в системі Мудл | Навчальний матеріал за ЗМ 2  | Кількість питань – 5, кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал. | 5 |
| Усне опитування та практичне завдання | Усне опитування за планом: *План 2.* ***Культура в суспільстві: цінності, прояви*** Культура: цінності та символи. Культура: соціальні відносини та соціальні запити. Глобальні цілі сталого розвитку. Потенціал українських традицій в культурній індустрії. Поєднання сфер: мистецтво й наука, безпека і відпочинок, високі технології та мода. Креативні індустрії та технології: VR (віртуальна реальність), AR (доповнена реальність) та AI (штучний інтелект).**Практичні завдання: 1)**Проаналізувати ціннісні платформи креативних індустрій України щодо відповідності глобальним цілям сталого розвитку. **2)**Охарактеризувати приклади колаборацій, спецпроєктів культурних індустрій (15 зразків).**3)**Описати концепцію культури 3.0 П’єра Луїджі Сакко (2011 р.) та проаналізувати потенціал креативних хабів у Запоріжжі | Відповіді на усні запитання та виконання практичного завдання – 10 б. | 10 |
| **Усього за ЗМ 2****контр.****заходів** | 2 |  |  | 15 |
| 3 | Тест 3 за теоретичними питаннями ЗМ 1в системі Мудл | Навчальний матеріал за ЗМ 3 | Кількість питань – 5, кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал. | 5 |
| Усне опитування та практичне завдання | Усне опитування за планом *3. «***Знакові події в історії української культури 1991-2021 років – від мистецтва до фестивалів і нових інституцій»** : Огляд знакових подій в історії української культури 1991-2021 років – від мистецтва до фестивалів і нових інституцій на прикладі проєкту «30 років. Культура», спецпроєкту українського журналу літературного репортажу Reporters і Українського ПЕН. **Практичні завдання**: Проаналізувати стратегії залучення аудиторії до описаних у проєкті знакових подій. (не менше 10 подій). | Відповіді на усні запитання та виконання практичного завдання – 10 б. | 10 |
| **Усього за ЗМ 3****контр.****заходів** | 2 |  |  | 15 |
| 4 | Тест 4 за теоретичними питаннями ЗМ 4в системі Мудл | Навчальний матеріал за ЗМ 4 | Кількість питань – 3, кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал. | 3 |
| Усне опитування та практичне завдання | Усне опитування за планом 4. «**Дизайн та архітектура: потенціал індустрій»:****1.** Декомунізація у міському просторі. 2. Важлива складова у відкритості міста до діалогу – громадські слухання. 3. Потенціал незалежних шкіл. 4. Функціональність як пріоритет.**Практичні завдання:** 1. Проаналізувати урбаністичний простір Запоріжжя та Львова за категоріями: декомунізація, відкритість, функціональність, потенційність (зацікавлення меценатами)Усне опитування за планом 5. **Креативні індустрії: тренди медіа та ТБ:****1.** Деолігархізація. 2. Квоти. 3. Нішевість. 4. Сторітеллінг. 5. Мобільність контенту. 6. Технологічні інновації. **Практичні завдання: 1**. Виділити акценти Reklamaster.com, що стає CreativityUA. Перше українське медіа про рекламу перетворюється на медіа про креативні індустрії України та світу (https://shotam.info/z-iavylos-media-pro-kreatyvni-industrii-ukrainy-ta-svitu/). Запропонувати кроки для медіапросування наукових креаторів.Взяти участь у конкурсі проєктів.Усне опитування за планом 6.**Видавництво та сучасне мистецтво як галузі креативних індустрій** :1. Активний вибух перекладної літератури, бізнес-літератури та нон-фікшн. 2. Пошук балансу між дзвінкою ідеєю і винятковим виконанням. 3. Колаборації видавництв та сучасного мистецтва. Мистецтво як ефективний інструмент бізнесу **Практичні завдання:**1. Запропонувати перфоманси для книжкових фестивалів, форумів України. | Відповіді на усні запитання та виконання практичного завдання – 12 б. | 12 |
| **Усього за ЗМ 4****контр.****заходів** | 2 | : |  | 15 |
| **Усього за змістові модулі контр.****заходів** | **8** |  |  | **60** |

**8. Підсумковий семестровий контроль**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Форма | Види підсумковихконтрольнихзаходів | Зміст підсумковогоконтрольного заходу | КритеріїОцінювання | Усього балів |
| **З а л і к** | Теоретичні завдання | Усна частина заліку передбачає розгорнуту та обґрунтовану відповідь на одне теоретичне питання. Перелік питань на залік поданий у системі Мудл https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=9990 | Залік проводиться при очній/дистанційній формі навчання. Складається із відповіді на теоретичне питання та тестів у системі Мудл.За відповіді на теоретичне питання та тестові завдання студент може отримати до 10 балів. | 10 |
| Індивідуальне практичне завдання | Передбачає проходження онлайн-тесту онлайн-курс на освітній платформі Prometheus «Дизайн-мислення для інновацій» за посиланням: (https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:Prometheus+DTI101+2017\_T3/about). Варіант 2. 1) Опрацювати «Звіт щодо опрацювання даних для міст Дніпро, Київ, Львів, Одеса, Харків апробаційного дослідження «Індекс культурного та креативного потенціалу міст України» (https://cedos.org.ua/researches/dosvid-vymiriuvannia-kultury-ta-kreatyvnosti-v-mistakh-ukrainy/); 2) Обрати місто. 3) Виміряти креативність обраного міста за допомогою спеціального індексу, що складається з трьох субіндексів: «Культурне життя», «Креативна економіка» та «Сприятливі умови». 4) Результати дослідження внести у таблицю | Студент може отримати до 30 балів за результат проходження онлайн-курсу чи виконання практичних кейсів | 30 |
| **Усього за підсумковий семестровий контроль** | **2** |  |  | **40** |

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***За шкалою****ECTS* | *За шкалою***Університету** | **За національною шкалою** |
| **Екзамен** | **Залік** |
| A | 90 – 100(відмінно) | *5 (відмінно)* | *Зараховано* |
| B | 85 – 89(дуже добре) | 4 (добре) |
| C | 75 – 84(добре) |
| D | 70 – 74(задовільно)  | 3 (задовільно) |
| E | 60 – 69(достатньо) |
| FX | 35 – 59(незадовільно – з можливістю повторного складання) | 2 (незадовільно) | Не зараховано |
| F | 1 – 34(незадовільно – з обов’язковим повторним курсом) |

**9. Рекомендована література**

**Основна**

1. Акуленко В. І. Міжнародне право охорони культурних цінностей та його імплементація у внутрішньому праві України : монографія. Київ : Юстініан, 2013. 608 с.

2. Бабець І. Г., Полякова Ю. В., Мокій О. А. Міжнародний менеджмент інноваційної діяльності : підручник. Львів, 2016. 493 с.

3. Біла книга з міжкультурного діалогу. Жити разом у рівності й гідності. Київ : Оранта, 2010. 60 с.

4. Бондар О. В., Глєбова А. О. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. Київ : Освіта України, 2013. 480 с.

5. Виставкова федерація України : веб-сайт. URL : http://www.expo.org.ua/ua/ (дата звернення : 21.08.2021).

6. Вовчак О. Д., Рущишин Н. М. Інвестиційний менеджмент : підручник. Укоопспілка. Львів, 2016. 463 с.

7.Зеленська Л. М., Романова А. О. Івент-менеджмент : словник довідник організатора заходів. Київ : НАКККіМ, 2015. 84 с.

8. Ілляшенко С. М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань : монографія. Харків ; Суми : Діса плюс, 2016. 190 с.

9. Інформатизація і модернізація соціокультурної сфери суспільства: взаємодія та розвиток : [монографія] / О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.; НАН України ; Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2013. 184 с.

10. Калініна Г. М. Краудсорсинг як інноваційний управлінський інструмент і змістова компонента навчального посібника для керівників. URL : http://lib.iitta.gov.ua/166119/1/27.pdf (дата звернення : 21.08.21).

11. Копієвська О. Р. Роль і значення культурної функції держави на сучасному етапі цивілізаційного розвитку. Правова держава. Київ : Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2006. Вип. 17. С. 67–73.

12. Копієвська О. Культурна функція держави в контексті національного державотворення : монографія. Київ. :НАКККіМ, 2010. 271 с.

13. Копієвська О. Р. Правове регулювання: поняття, сутність, зміст. Зовнішня торгівля: право та економіка : наук. журнал. 2006. № 5.

14. Креативні індустрії – радикальні зміни. URL: https://gwaramedia.com/kreatyvni-industriyi-shho-de-yak/ (дата звернення : 21.08.21).

15. Фарінья К. Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні. Програма здійснюється консорціумом на чолі з Британською Радою спільно з Фондом Сороса (Молдова), Національним центром культури Польщі та Ґете-Інститутом. 2017. URL : https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine\_UA.pdf (29.08.2021).

16. Defining the Creative Industries. URL: http://www.northernperiphery.eu/files/archive/Downloads/Project\_Publications/97/Marketing\_Material/Defining\_the\_Creative\_Industries.pdf

17. The Economic Impact of the Creative Industries in the Americas / [Inter American Development Bank](https://publications.iadb.org/en/publications?f%5B0%5D=author%3A5404). Oxford Economics. British Council. URL: https://publications.iadb.org/publications/english/document/The-Economic-Impact-of-the-Creative-Industries-in-the-Americas.pdf

**Нормативні документи**

1. Ввезення культурних цінностей. Державна фіскальна служба України. URL : http://sfs.gov.ua/baneryi/mitne-oformlennya/vijdjayuchim-v-ukrainu/peremischennya-kulturnih-tsinnostey/

2. Закон України «Про культуру» № 2778-17 від 13.10.2017. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2778-17.

3. Звіт щодо опрацювання даних для міст Дніпро, Київ, Львів, Одеса, Харків апробаційного дослідження «Індекс культурного та креативного потенціалу міст України». Київ : Аналітичний центр CEDOS, 2018. 20 c.

4. Конституція України: Прийнята на п’ятій сесії ВР України 28 червня 1996 р. Київ : Преса України, 1997. 80 с.

5. Основи законодавства України про культуру: Закон. Відомості Верховної Ради України. 1992. 26 травня (№ 21). С. 294.

**Інформаційні ресурси**

1. https://platfor.ma/magazine/quiz-sq/test-na-kulturu/ тест
2. https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3151502-pro-kreativni-industrii-v-ukraini-stvorili-promorolik.html ролик
3. https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/course/lecture-2 лекції
4. https://biggggidea.com/practices/potentials2017/
5. https://biggggidea.com/practices/potentials2017\_design\_architecture/.