

**Учебный план курса
«Управленческие навыки
в креативных индустриях.
От идеи к реализации.»**



**ART
TEAM**

Цель проекта

Сегодня очень востребованы квалифицированные специалисты в области креативной экономики, но талантливая молодежь из регионов России зачастую просто не имеет доступа к ресурсам для освоения необходимых навыков. Проект Art Team открывает участникам со всей страны широкие возможности для получения дополнительного образования и повышения своего профессионального уровня.

Мы стремимся поддержать авторов перспективных социально значимых проектов в сфере креативных индустрий и создать условия для обучения их управленческим навыкам и инструментам вывода на рынок проектов, имеющих экономический потенциал.

Для кого

Ты хочешь реализовать себя в сфере креативных индустрий в своем регионе? У тебя есть творческая идея, но ты не знаешь, как ее упаковать, воплотить и монетизировать? Мечтаешь освоить перспективную профессию и стать лидером?

Регистрируйся на курс «Управленческие навыки в креативных индустриях. От идеи к реализации»: получи доступ к уникальному образовательному контенту, участвуй в онлайн-уроках от ведущих экспертов, выполняй задания — и выйди на рынок с действующим проектом.

Участие в образовательной программе Art Team позволит получить необходимые инструменты для создания творческого проекта и научиться выстраивать взаимодействие с органами власти. Курс построен таким образом, что будет актуален не только для авторов творческих проектов, но и для всех, кто желает развиваться в различных направлениях креативных индустрий (Образование в креативных индустриях, Издательское дело и журналистика, Архитектура и урбанистика, Компьютерная графика, Разработка игр, Новые медиа, Маркетинг, Искусство, Музыка, Дизайн, Мода, Кино, Телевидение, IT).

Структура и формат

Программа организована «фрактальным» образом: материал на каждом последующем этапе обучения усиливает и дополняет уже приобретенные навыки, работая в зоне ближайшего развития каждого участника. Ты познакомишься с основами креативной экономики в России, погрузишься в специфику актуального для тебя направления и перейдешь к детальному изучению составляющих процесса реализации собственного проекта.

Содержание уроков

Урок 1. Проблема, которую решает проект. Социальная значимость проекта.

(Спикер: Ася Филиппова, директор Центра творческих индустрий «Фабрика»)

Содержание:

Социально значимый проект подразумевает пользу для общества, влияние на него и помощь в решении насущных проблем. На первом занятии курса ты узнаешь, какие цели могут ставить перед собой такие проекты, кто занимается их осуществлением, а также какую роль для них играют гражданские инициативы. Ты научишься определять социальный эффект проекта и освоишь навыки, необходимые для коммуникации с внешней средой: как выявлять группы стейкхолдеров (заинтересованных сторон), как взаимодействовать с сообществами и продвигать свой проект. Ты получишь шаблон файла-презентации своего проекта и начнешь его заполнять. По итогам выполнения домашнего задания у тебя будет готов слайд, содержащий: социальную значимость твоего проекта, проблемы, которые он решает, благополучателей проекта.

1. Социальные проекты и кто их осуществляет.
2. Влияние гражданских инициатив на проект и вопросы которые они решают.
3. Цели социально значимых проектов и кем они осуществляются.
4. Стейкхолдеры и польза проекта для них.
5. Сообщества и взаимодействие с ними. Необходимость коммуникации с внешней средой.
6. Продвижение. Что дает социальный проект? Примеры социально значимых проектов в креативных индустриях
7. Поиск темы/идеи проекта и способы его продвижения
8. Приложение. Файл-шаблон Презентации проекта.

Урок 2. Упаковка проекта.

Определение ключевых параметров проекта

(Спикер: Ксения Касьянова, социолог, маркетолог, заместитель директора CrosDigital)

Содержание:

Идея твоего проекта ясна, следующий шаг — придумать, как ее оформить и продвигать, как донести до инвесторов и потребителей. На этом уроке ты узнаешь о том, что такое упаковка проекта, как она влияет на его стоимость, и подумаешь над визуальным образом своего собственного проекта. Занятие также содержит ценную информацию о том, с какими подводными камнями можно столкнуться в ходе реализации проекта. После выполнения домашнего задания с учетом всех полученных знаний в твоей презентации появится слайд с формулировкой миссии, цели и сути твоего проекта, а также указанием его стейкхолдеров.

1. Что такое упаковка креативного проекта.
2. Как на креативные идеи смотрит разработчик, а как на эту идею смотрят бизнес-партнеры.
3. 3 Круга ада: Бизнес, аудитория, инвесторы.
4. Кто такие инвесторы и зачем они вам для проекта. Условная цепочка принятия решений.
5. Как оформлять и продвигать идею. Повышение стоимости проекта в глазах инвесторов и в глазах потребителя.
6. Конечное использование продукта потребителем. Упаковка продукта и проекта.
7. Подводные камни в реализации проекта.

ART TEAM

Урок 3. Анализ внешней среды проекта. SWOT-анализ.

(Спикер: Екатерина Кузнецова, Fingertips Marketing & Creative)

Содержание:

Перед запуском каждого проекта необходимо проанализировать его стратегическое окружение: сильные и слабые стороны, возможности и потенциальные угрозы. На этом уроке ты погрузишься в задачи и принципы SWOT-анализа и научишься использовать его для улучшения своего проекта. Ты получишь знания о том, как проводится аудит внутренней среды, анализ потребителей и продуктового портфеля проекта. Познакомившись также с предшествующими SWOT-анализу этапами, ты узнаешь, как он помогает в составлении плана действий. Полученные на уроке навыки помогут тебе в качестве домашнего задания составить таблицу, в которой ты отразишь тренды, влияющие на твой проект, состав макросреды проекта, какие конкуренты, потребители и поставщики присутствуют на рынке. Ты также сможешь сформулировать информацию о бизнес-процессах внутри проекта (хорошо ли они работают и хватает ли проекту ресурсов) и указать, что нужно предпринять для нивелирования рисков и усиления слабых сторон.

1. Что такое SWOT-анализ. Аудит внешней среды. Факторы, влияющие на проект.
2. Методики анализа рынка. Алгоритм анализа рынка. Источники информации для анализа.
3. Оценка конкурентов. Анализ конкурентов через сторонние фирмы.
4. Анализ потребителей. Черный ящик покупателей.
5. Аудит внутренней среды. Анализ клиентской базы.
6. Анализ продуктового портфеля проекта. Каналы продвижения. Возможности внешней среды.
7. Предшествующие SWOT-анализу этапы. Каким образом SWOT-анализ помогает компаниям выстраивать план действий.

ART TEAM

Урок 4. Маркетинг и продвижение проекта

(Спикер: Наталья Живая, генеральный директор CROS.Маркетинг)

Содержание:

Ни один даже самый удачный проект не будет развиваться без грамотного маркетингового продвижения. На этом занятии ты познакомишься с его видами и спецификой продвижения креативных проектов, узнаешь, что такое сегментация целевой аудитории (по половозрастному, демографическому признаку), научишься выделять ядро ЦА и просчитывать бюджет маркетинговой кампании. Ты также получишь представление о рынке маркетинговых услуг по продвижению и об инструментарии для работы в маркетинговом коммуникационном поле. По итогам урока ты сможешь сформировать концепцию продвижения своего собственного проекта. Выполняя домашнее задание, ты отразишь в презентации сегменты ЦА своего проекта и выделишь ее ядро, опишешь каналы и инструменты коммуникации для каждого сегмента, отразишь максимальную численность и просчитаешь примерный бюджет на взаимодействие. Ты также внесешь в дорожную карту проекта план конверсии.

1. Ключевые цели и задачи, которые преследует маркетинг. Рынок (система экономических отношений, которая связана с производством, потреблением, обращением и распределением экономических благ), целевая аудитория (совокупность потенциальных или существующих потребителей, принимающих покупательские решения или групп, оказывающих на них влияние), брендинг (последовательное и планомерное создание популярного среди целевой аудитории бренда, внедрение марочного подхода в политике компании).
2. Виды маркетингового продвижения.
3. Методики и принципы сегментирования целевой аудитории.
4. Специфика продвижения проекта в креативных отраслях.
5. Рынок маркетинговых услуг по продвижению.
6. Приложение. Файл шаблон Дорожной карты проекта.

ART TEAM

Урок 5. Управление вниманием и вовлечение аудитории в креативные проекты.

(Спикер: Алена Кукушкина, Андрей Мусин, академия коммуникаций Wordshop)

Содержание:

Важный этап в подготовке проекта — понять, как взаимодействовать с его аудиторией. На этом занятии ты познакомишься с технологиями работы с целевой аудиторией, научишься понимать способы принятия ею решений. Узнаешь, что такое фокусировка внимания, и на конкретных примерах увидишь способы вовлечения широкой аудитории в креативные проекты. Кроме того, ты познакомишься с вариантами каналов продвижения проекта, научишься оценивать результаты продвижения, выстраивать маркетинговую воронку проекта. В качестве домашнего задания ты оформишь идею своего проекта в виде креативного брифа.

1. Как включить внимание целевой аудитории?
2. Фокусировка внимания аудитории. 5 главных кнопок внимания.
3. Почему пользователи активно поглощают мемы?
4. Модель потребительского поведения AIDA (Attention, Interest, Desire, Action — внимание, интерес, желание, действие- модель потребительского поведения, описывающая последовательность событий, ведущих к принятию решения о покупке).
5. Формула креативного брифа (документ, помогающий компании правильно поставить задачу по разработке рекламного сообщения или образа товара, создание рекламного продукта).
6. Как расширить аудиторию проекта?

ART TEAM

Урок 6. Практические приемы воздействия на группы заинтересованных сторон.

(Спикер: Мария Куц, создатель и директор Молодежного центра "Квадрат" (Санкт-Петербург))

Содержание:

На этом занятии ты получишь представление о различных интересах у различных групп стейкхолдеров, поймешь, как определить их для своего проекта, и научишься выстраивать с ними коммуникацию и активировать их. На примере центра креативных индустрий "Квадрат", расположенного в спальном районе Петербурга, ты узнаешь о практических приемах коммуникации с государственными органами. В отчете по итогам занятия ты отразишь стратегическую цель своего проекта для каждой группы стейкхолдеров, укажешь запрос, на который проект отвечает, и информационный посыл, который он несет для каждой целевой группы.

1. Пример центра креативных индустрий в спальном районе Петербурга.
2. Определение стейкхолдеров проекта и их интересов.
3. Выстраивание коммуникации с группами стейкхолдеров.
4. Активация стейкхолдеров.
5. Практические приемы коммуникации с государственными органами.

ART TEAM

Урок 7. Управление проектом. Дорожная карта проекта.

(Спикер: Алена Медведева, Head of Teachers Products Skyeng)

Содержание:

Когда общая картина проекта ясна, пришло время познакомиться с принципами проектного управления. В ходе этого занятия ты получишь представление о том, что такое проектное управление и какие позиции в нем бывают (предприниматель-технолог-организатор), и узнаешь о жизненных циклах проекта. Ты научишься управлять временным ресурсом в проекте. Ну и наконец ты сможешь сформировать образ своего будущего проекта — идеальный образ результата в горизонте одного года — и проложить дорожную карту для достижения этого результата.

1. Что такое проект и проектное управление?
2. Роли: менеджер проекта и стейкхолдеры.
3. Управление проектом. Жизненные циклы проекта.
4. Запуск проекта, расписание и бюджет.
5. Определение целей и границы проекта.
6. Составление дорожной карты и бюджета проекта.
7. Эффективное выстраивание коммуникации с заказчиками.

ART TEAM

Урок 8. Команда проекта. Формирование и развитие команды.

(Спикер: Роман Кумар Виас, основатель агентства Qmarketing)

Содержание:

Команда — это сердце проекта, поэтому к ее набору нужно относиться очень ответственно. Ты узнаешь о том, какие ролевые позиции есть в команде. Научишься определять потребность проекта в кадровых ресурсах, описывать компетентный профиль команды, формировать и выполнять план ее набора. Также ты узнаешь о том, как развивать навыки сотрудников и обучать персонал проекта, и научишься оценивать труд каждого члена команды. Выполняя домашнее задание, ты подумаешь, какие люди нужны в команду твоего проекта, и сформулируешь в презентации емкое описание требований и преимуществ для каждого специалиста. Дорожная карта будет дополнена задачами по поиску и обучению сотрудников.

1. Оценка кадровой потребности проекта.
2. Важность дизайна и копирайтинга в любом креативном проекте
3. Как и где искать специалистов творческих профессий
4. Как планировать и регламентировать работу команды проекта
5. Как проводить собеседования в креативный проект.

ART TEAM

Урок 9.

Финансовая модель проекта.

(Ведущий: Сергей Негодяев, Директор Фонда развития интернет-инициатив (ФРИИ) по работе с портфельными компаниями)

Содержание:

Ты познакомишься с тем, что такое финансовая модель проекта и из чего она состоит. Научишься ее оформлять и использовать. Узнаешь требования к ресурсной и финансовой модели проекта. Научишься описывать потребности проекта в материальных, финансовых и иных ресурсах и произведешь оценку потребностей своего проекта. По итогам урока у тебя будет готовая бизнес-модель.

1. Понятие финансовой модели проекта.
2. Требования к ресурсной и финансовой модели проекта.
3. Содержание финансовой модели проекта.
4. Оценка ресурсной потребности.
5. Бизнес-модель проекта.
6. Приложение: Файл-шаблон Финансовой модели проекта.

Урок 10. Коммерциализация и бизнес-модель проекта. Привлечение инвестиций в проект.

(Спикер: Дмитрий Барсенков, заместитель директора Музея русского импрессионизма)

Содержание:

На уроке будут рассмотрены формы коммерческой поддержки проекта и инструменты для привлечения в него инвестиций. Продолжая изучать тему финансирования, ты научишься определять успешные ниши проекта, узнаешь о том, что такое ценообразование. Выяснишь, как инвестиционные фонды выступают источником финансирования. Сможешь сформировать представление о ключевых этапах и алгоритме работы по привлечению ресурсов, а также составишь рейтинг приоритетов по инструментам для своего проекта. В качестве домашнего задания необходимо будет отразить в презентации план коммерциализации проекта, указав, из каких источников и в каком объеме ты планируешь привлекать средства, и как планируешь их использовать.

1. Формы коммерческой поддержки проекта.
2. Инвестиции в проект.
3. Определение успешных ниш проекта.
4. Ценообразование и бизнес-модель.
5. Инвестиционные фонды как источник финансирования

ART TEAM

Урок 11. Краудфандинг и народное финансирование.

(Спикер: Егор Ельчин, руководитель школы краудфандинга Планета.ру, Михаил Федоров, руководитель холдинга Plan B media, Sponsr.ru)

Содержание:

Продолжая учебный блок о привлечении финансовых средств в проект, ты познакомишься с принципами краудфандинга и узнаешь об основных платформах. Научишься ставить целевые задачи и привлекать ресурсы. На примере успешных кейсов ты поймешь, какие способы продвижения проектов существуют, и составишь алгоритм работы по продвижению своего проекта. Как и раньше, ты будешь сразу же использовать полученные знания на практике: зарегистрируешься на платформах и начнешь публиковать свой проект с минимальной суммой для привлечения в 100 тысяч рублей.

1. Что такое краудфандинг, в чем его особенности и для чего он нужен.
2. Из чего состоит крауд-кампания.
3. Для чего снимать видео и о чем в нем рассказывать.
4. Как подготовить мотивирующее текстовое описание.
5. Просчет финансовой цели и продолжительности проекта.
6. Вознаграждения в проекте: типы, способы получения, доставка до спонсоров.
7. Основы продвижения проектов.

ART TEAM

Урок 12.

Грантовая поддержка проектов.

(Спикер: Иннокентий Дементьев, заместитель генерального директора Фонда Президентских грантов)

Содержание:

На этом занятии ты узнаешь об особенностях грантовой поддержки и познакомишься подробнее с принципами и подходами Фонда Президентских грантов. Зарегистрировавшись на сайте Фонда, ты добавишь в отчет мероприятия по привлечению гранта в свой проект: дополнишь дорожную карту мероприятиями по составлению грантовой заявки, укажешь на слайде, какие ключевые параметры помогут тебе получить грант.

1. Государственная грантовая поддержка некоммерческих организаций.
2. Ключевые принципы и подходы Фонда президентских грантов.
3. Порядок рассмотрения конкурсной заявки.
4. Критерии оценки проектов.
5. Подготовка проекта.
6. Обоснование выбора целевой группы.
7. Реализация проекта.
8. Оценка результата проекта.

ART TEAM

Урок 13. Региональный опыт ресурсной поддержки.

(Спикер: Роман Генкель, генеральный директор Фонда развития ЮГРА)

Содержание:

На уроке ты получишь инструменты для привлечения ресурсной поддержки в регионах, узнаешь об особенностях ее получения и отчетности. Познакомишься с правилами оформления заявок и принципами коммуникации с региональной властью. По итогам занятия ты дополнишь презентацию слайдом, посвященным работе с институтами развития — укажешь, куда и за чем будешь обращаться, что регион получит от твоего проекта, сформулируешь суть проекта на языке конкретного института развития.

1. Выстраивание коммуникаций с органами власти.
2. Меры поддержки инвестиционных проектов в регионах.
3. Институты развития (формы, виды, способы).
4. Направления деятельности региональных фондов.
5. Виды поддержек (консультационная, организационная, финансовая, инфраструктурная, организационная).
6. Подготовка и процедура подачи заявки на инвестиционный проект.

Урок 14. Брендинг и капитализация региона за счет креативных индустрий.

(Спикер: Татьяна Ившина, исполнительный директор Фонда “Ульяновск-Культурная столица”)

Содержание:

На этом уроке ты узнаешь о том, какими бывают локальные бренды региона, как создать успешный территориальный бренд, и как это влияет на повышение узнаваемости территорий и увеличение потока туристов. Получишь представление о формах и возможностях поддержки региональных проектов в креативных индустриях. Увидишь примеры вовлечения местных сообществ в проекты креативных индустрий. В своем отчете по итогам занятия ты должен будешь отразить, какие конкретные меры поддержки может оказать власть города / региона твоему проекту. Как бренд региона может усилить проект, а он, в свою очередь, — помочь продвижению бренда региона?

1. Локальные бренды региона.
2. Создание успешного территориального бренда.
3. Повышение узнаваемости территорий и турпотока.
4. Формы и возможности поддержки региональных проектов в креативных индустриях.
5. Примеры вовлечения местных сообществ в проекты креативных индустрий.

ART TEAM

Урок 15.

Защита авторских прав.

(Спикер: Андрей Миронов, директор правового департамента, MetaHash)

Содержание:

На этом занятии ты познакомишься со способами и алгоритмом защиты авторских прав в проекте и при его разработке. Узнаешь о видах и ограничениях защиты и о том, как использовать защищенные права на интеллектуальную собственность. Основываясь на полученных знаниях, ты отразишь в отчете, какие объекты интеллектуальной собственности и авторских прав в твоём проекте требуют правовой защиты, и что для этого нужно предпринять. Соответствующими задачами и мероприятиями ты дополнишь дорожную карту и финансовую модель проекта.

1. Авторское право на объекты создаваемые в цифровую эпоху.
2. Лицензируемое право.
3. Служебные произведения.
4. Иные объекты авторского права.
5. Способы защиты авторского права.

Урок 16. Презентация проекта. Визуальное представление проекта.

(Спикер: Евгений Рындин, специалист по визуальным коммуникациям)

Содержание:

Ты получил массу ценных знаний и навыков, связанных с разработкой и упаковкой проекта. Теперь необходимо научиться его грамотно презентовать. На этом уроке ты получишь четкое вербальное и визуальное представление о максимально эффективной презентации своего проекта. Узнаешь о том, что такое композиция и по каким правилам она выстраивается. Научишься выбирать шрифты и цвета. Узнаешь, где можно найти бесплатные фотографии и иконки и как правильно их подбирать. После этого урока у тебя будет готова финальная презентация проекта с учетом всех важных критериев.

1. Что такое композиция.
2. Основные правила композиции.
3. Выбор шрифтов.
4. Технические аспекты работы со шрифтами.
5. Важность выбора цвета.
6. Правила подбора фотографий для презентации.
7. Где найти бесплатные фотографии и иконки.

ART TEAM

Урок 17. Презентация проекта. Питчинг проекта.

(Спикер: Виктория Рындина, специалист по коммуникации)

Содержание:

За плечами много работы, и теперь ты почти готов выходить с презентацией своего проекта перед инвесторами и госорганами. На последнем занятии учебного курса ты научишься готовить выступление. Узнаешь, что такое питч и какие типы питчей бывают. Познакомишься с этапами подготовки питча и с тем, на какие нюансы работы с аудиторией обратить внимание. Научишься выстраивать структуру питча. Поймешь, как подготовиться к выступлению, какие приемы использовать во время презентации и как предупредить ошибки. На примере видеофрагмента питча увидишь, как эмоции влияют на решения. После урока у тебя будет готова речь для питча и подобран контент для каждого слайда презентации.

1. Что такое питч и какие типы питчей бывают.
2. Какие этапы подготовки питча нужно пройти.
3. На какие нюансы работы с аудиторией обратить внимание.
4. Как выстроить структуру питча.
5. Зачем репетировать и как это сделать.
6. Как подготовить себя морально и физически перед выступлением.
7. Какие приемы использовать во время выступления.
8. Что может повлиять на выступление и как предупредить ошибки.
9. Как эмоции влияют на решения, разбор видеофрагмента питча.