

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»

Программа
вступительного испытания
для поступающих в магистратуру по направлению подготовки
38.04.01 «Экономика»
программа (профиль)
«Экономика предпринимательства и креативных индустрий»

ВВЕДЕНИЕ

Прием в магистратуру по программе «Экономика предпринимательства и креативных индустрий» производится на следующие формы обучения: **очно-заочную, заочную, заочную с использованием дистанционных образовательных технологий (ДОТ).**

Абитуриенты сдают вступительный реферат.

Вступительный реферат имеет своей целью показать, что поступающий в магистратуру имеет необходимые теоретические и практические знания по выбранному направлению. При выборе темы реферата необходимо исходить, прежде всего, из ее актуальности, а также собственных научных интересов по выбранной для обучения в магистратуре программе.

Реферат должен носить характер творческой самостоятельной научно-исследовательской работы. Изложение материала не должно ограничиваться лишь описательным подходом к раскрытию выбранной темы, оно должно отражать авторскую аналитическую оценку состояния исследуемой проблемы и собственную точку зрения на возможные варианты ее решения.

При выборе темы реферата необходимо руководствоваться примерным списком тем.

Реферат состоит из 3-х частей:

1. введение (обоснование выбора темы, ее актуальность, основные цели и задачи исследования);
2. основная часть: состоит из 2-3 параграфов, в которых раскрывается суть исследуемой проблемы, оценка существующих в литературе основных теоретических подходов к ее решению, изложение собственного взгляда на проблему и пути ее решения и т.д.;
3. заключение (краткая формулировка основных выводов и результатов, полученных в ходе исследования).

Объем работы 25-30 страниц печатного текста (шрифт № 14 Times New Roman, через 1,5 интервала).

Текст должен быть иллюстрирован таблицами, графиками, диаграммами, причем наиболее ценными из них являются те, что самостоятельно составлены автором. Громоздкие иллюстративные материалы должны размещаться в составе приложения.

Необходимой частью реферата является список литературы, использованной в ходе работы над выбранной темой. Список составляется в соответствии с правилами библиографического описания.

При выполнении работы рекомендуется использовать законодательные акты, нормативные документы, книги, статьи, статистические сборники, фактическую информацию, материалы официальных сайтов Интернет. Ссылки на использованные источники, в том числе электронные, – обязательны.

Реферат представляется на рецензирование в печатном и электронном виде. Работы, не соответствующие установленным требованиям или скачанные из Интернета, не принимаются.

Основными критериями оценки реферата являются:

- актуальность темы;
- имеется ли научная проблема в формулировке и постановке темы исследования;
- дан ли обзор научной литературы по теме (наличие ссылок на работы российских и зарубежных ученых);
- наличие теоретической базы исследования;
- показана ли взаимосвязь теоретических аспектов темы с российской (международной) практикой;
- имеется ли аналитический раздел;
- имеется ли статистическая информация по теме, самостоятельно обобщенная автором (таблицы, графики, расчеты и др.);
- представлена ли законодательная, нормативная база (российская и зарубежная) по теме;
- насколько развернуто и полно представлена библиография по теме;
- присутствуют ли собственные оценки, позиция автора по аспектам исследования.

Реферат рецензируется преподавателем кафедры экономики и регионального развития, имеющим ученую степень. Оценка - дифференцированная в зависимости от степени соответствия реферата установленным критериям.

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ РЕФЕРАТОВ

1. Предпосылки формирования мировой креативной индустрии как системы.
2. Городские агломерации как «точки роста» креативных индустрий.
3. Креативная экономика - понятие, международные документы и программы.
4. Основные закономерности развития мировой креативной индустрии.
5. Лучшие практики развития креативных пространств в России и за рубежом.
6. Общественные пространства, креативные кластеры и культурные центры.
7. Особенности запуска программ творческих индустрий в малых городах и сельских населённых пунктах.
8. Особенности программ творческих индустрий в разных странах мира.
9. Особенности формирования и развития творческих кластеров: специфика деятельности, бывшие промышленные пространства как ресурс, модели функционирования.
10. От Т. Адорно к теоретикам творческих индустрий в 21 веке.
11. Программы по оживлению общественных пространств за счёт креативного предпринимательства.
12. Творческий коллектив и проблема лидерства.
13. Пространственное развитие в Российской Федерации - диспропорции, вызовы, возможности с точки зрения развития креативной экономики.
14. Креативная экономика и её роль в глобальной экономической системе.
15. Мировая и российская креативная индустрия
16. Исторические этапы развития и становления мировой креативной индустрии.
17. Роль креативной индустрии в жизни общества: позитивные и негативные аспекты.
18. Управленческий и производственные аспекты креативной индустрии
19. Механизмы управления в креативной индустрии.
20. Общая характеристика продуктов деятельности в креативной индустрии
21. Подходы к созданию креативных продуктов
22. Проектная деятельность как основа производственной деятельности в сфере креативных индустрий

ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Боброва О. С. Настольная книга предпринимателя : практ. пособие / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 330 с.
2. Карабанова О. В. Экономика организации (предприятия): практикум для академического бакалавриата: задачи и решения / О. В. Карабанова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 129 с.
3. Коленько С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. Г. Коленько. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 370 с.
4. Колодий Н.А. Новая экономка-экономика впечатлений: учебное пособие/Н.А. Колодий. – Институт истории, международных и социальных исследований Ольбургского университета, 2010.-329 с.
5. Организация производства : учебное пособие : [16+] / Г. Г. Левкин, А. Н. Ларин, И. В. Ларина, В. С. Головацкий. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 272 с.
6. Романович Ж. А. Сервисная деятельность : учебник / Ж. А. Романович, С. Л. Калачев ; под общ. ред. Ж. А. Романович. – 7-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 284 с.
7. Рудич Л.И. Предпринимательская и инновационная деятельность в сфере культуры и искусства : учебное пособие / Л.И. Рудич. - Кемерово : КемГУКИ, 2013. - 209 с.
8. Савкина Р. В. Планирование на предприятии : учебник / Р. В. Савкина. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 320 с.
9. Секретова Л. В. Индустрия досуга: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению социально-культурная деятельность / Л. В. Секретова. – Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (ОмГУ), 2020. – 98 с
10. Тросби Д. Экономика и культура / Д. Тросби ; пер. с англ. И. Кушнareвой. - 2-е изд. - Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. - 257 с.
11. Уокер Джон Р. Управление гостеприимством: вводный курс : учебник / Джон Р. Уокер ; пер. с англ. В. Н. Егоровой. – Москва : Юнити, 2017. – 879 с.
12. Хезмондалш, Д. Культурные индустрии / Д. Хезмондалш ; пер. с англ. И. Кушнareвой ; под науч. ред. А. Михалевой. - 2-е изд. - Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. - 457 с.
13. Черевичко Т.Н. Экономика впечатлений: учебное пособие [Текст] / Т.Н. Черевичко. – Саратов, 43 с.
14. Шатаева О. В. Экономика организации (предприятия) : учебное пособие : [16+] / О. В. Шатаева, Е. Н. Акимова, М. В. Николаев. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 152 с.