

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(Финансовый университет)
Ярославский филиал Финуниверситета

Обсуждено и одобрено
на Ученом совете филиала

Протокол № 24
от «29» августа 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Ярославского филиала

Финуниверситета

В.А. Кваша

2025 г.



ПРОГРАММА
повышения квалификации

«Креативные индустрии: от креативной идеи – к настоящему проекту»

Ярославль – 2025

«Креативные индустрии: от креативной идеи – к настоящему проекту»

Цель программы: Развитие у слушателей практических компетенций в сфере креативного предпринимательства — от генерации и анализа оригинальных идей до создания и продвижения уникального продукта или проекта. Программа направлена на формирование навыков проектного мышления, дизайн-подхода, командной работы и самопрезентации, а также понимания бизнес-моделей и инструментов финансирования, характерных для креативных индустрий. Особое внимание уделяется использованию современных цифровых инструментов, построению личного и продуктового бренда, а также эффективному взаимодействию с мерами государственной и институциональной поддержки в области креативной экономики.

Наименование профессиональных стандартов, квалификационных справочников, используемых при разработке ДПП:

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации разработана с учетом требований:

- Профессионального стандарта «Специалист по управлению персоналом» (Приказ Минтруда России от 09.03.2022 № 109н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по управлению персоналом»).

- Профессионального стандарта «Маркетолог» (Приказ Минтруда России от 08.11.2023 № 790н «Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог», зарегистрировано в Минюсте России 12.12.2023 № 76349)

- Профессионального стандарта «Бизнес-аналитик» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 22.11.2023 № 821н).

Перечень профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в процессе обучения:

- Способность осуществлять поиск, привлечение, подбор и отбор персонала;
- Способность управлять денежными потоками;
- Способность проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов);
- Способность подготовки и согласования разделов тактических комплексных планов производственной, финансовой и коммерческой деятельности организации и ее структурных подразделений;
- Способность к подготовке предложений по конкретным направлениям изучения рынка с целью определения перспектив развития организации;
- Способность выявления бизнес-проблем или бизнес-возможностей.

По итогам освоения программы слушатели должны:

Знать:

- нормы российского законодательства о регистрации физических и юридических лиц для занятия предпринимательской деятельностью;
- существующие меры государственной и региональной поддержки в сфере малого и среднего предпринимательства, включая гранты, субсидии, акселераторы и программы развития;
- нормативные правовые акты, определяющие нормы трудового права;
- технологии, методы и методики проведения анализа и систематизации документов и информации;
- нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность;
- правила, нормы и основные принципы этики делового общения;
- методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства.

Уметь:

- собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях организации работ на различных участках производства и на конкретных рабочих местах с учетом целей, задач, планов и структуры организации;
- работать в информационных системах, использовать цифровые услуги и сервисы по сбору, анализу и структурированию потребности организации в кадрах;
- применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;
- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
- определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации;
- улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами;
- использовать инструменты проектного управления успешными брендами.

Владеть навыками:

- формирования перечней вакантных и планируемых к укомплектованию должностей (профессий, специальностей) организации;
- анализа рынка труда и персонала организации по профилю вакантной должности (профессии, специальности);
- планирования проведения маркетингового исследования;
- формирования предложений по совершенствованию товарной политики, по совершенствованию ценовой политики, по совершенствованию систем сбыта и продаж;
- создания нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими;
- проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов);
- разработки типовых бизнес-проектов.