



Київський національний університет культури і мистецтв

КАФЕДРА ФЕШН- І ШОУ-БІЗНЕСУ

	Назва дисципліни	Культурні індустрії
	Рівень вищої освіти	третій (освітньо-науковий), PhD
	Галузь знань	03 Гуманітарні науки
	Спеціальність	034 Культурологія
	Освітньо-наукова програма	Культурологія
	Форма навчання	денна
	Адреса викладання	вул. Євгена Коновальця, 36
	Кафедра, за якою закріплена дисципліна	кафедра фешн- і шоу-бізнесу
	Семестри	III
	Обсяг	Загальна кількість годин
		120
		Кількість кредитів
		4
		Лекції
		26
		Практичні заняття
		0
		Самостійна робота
		94
	Форма звітності	іспит (III семестр)
	Тип дисципліни (обов'язкова/вибіркова)	Блок А (вибіркова)
	Мова навчання	Українська
	Викладач	Проскуріна Марія Олегівна
	Контактна інформація	show-biz@ukr.net
	Програма дисципліни	https://elearn.knukim.edu.ua/course/view.php?id=2397

ЗАГАЛЬНИЙ ОПИС ЗМІСТУ ДИСЦИПЛІНИ

Курс спрямовано на цілісне та системне бачення єдності економічної системи та середовища культури і мистецтва, розуміння специфіки системи економічних відносин в сфері культури та культурних індустрій здобувачів ступеня доктора філософії (PhD).

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета: цілісне та системне бачення єдності економічної системи та середовища культури і мистецтва, розуміння специфіки системи економічних відносин в сфері культури та культурних індустрій.

Завдання: навчити здобувачів освіти орієнтуватися у середовищі культурних індустрій та креативної економіки. Дослідити специфіку проявів традиційних економічних законів у сфері масової культури.

Предмет: культурні та креативні індустрії, як частина господарської системи держави. Система суспільних відносин в секторах культури і мистецтва з приводу виробництва, розподілу, перерозподілу та споживання культурних благ.

У результаті вивчення навчальної дисципліни аспіранти повинні набути такі програмні **компетентності:**

загальні:

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність до пошуку, обробки та аналізу інформації з різних джерел;
- здатність до самостійного формування й неперервного удосконалення системного наукового і загального культурного світогляду;
- здатність генерувати нові ідеї (креативність);
- здатність діяти на основі етичних кодексів і професійної етики науковця, на засадах науковості та толерантності.

фахові:

- здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у культурології та дотичних до неї міждисциплінарних напрямках і суміжних галузях;
- здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень/інноваційних розробок з культурологічної проблематики та суміжних наукових дисциплін;
- здатність ініціювати, розробляти і реалізовувати комплексні інноваційні проекти в культурології та дотичні до неї міждисциплінарні проекти;

- здатність апробувати результати культурологічних досліджень, популяризувати й поширювати їхні результати.

Результати навчання за дисципліною:

- здійснювати наукове дослідження згідно з основоположними принципами наукового пізнання;
- здійснювати пошук, обробку та аналіз інформації з різних джерел;
- здійснювати формування й неперервне удосконалення власного наукового і культурного світогляду;
- генерувати нові ідеї (креативність) та критично оцінювати їхній потенціал;
- діяти на основі етичних кодексів і професійної етики науковця, принципів академічної доброчесності і високої академічної культури;
- мати передові концептуальні та методологічні знання з культурології та на межі предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій;
- вільно презентувати та коментувати результати досліджень, наукові й прикладні проблеми культурології та суміжних наукових дисциплін;
- розробляти та реалізовувати наукові/інноваційні культурно-мистецькі проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі проблеми культурології;
- впроваджувати результати культурологічних досліджень у практику, популяризувати й поширювати їхні результати.

Міждисциплінарні зв'язки: «Економічна теорія», «Продюсування», «Реклама і зв'язки з громадськістю», «Культурологія», «Мистецтвознавство», «Маркетинг соціокультурної сфери», «Організація підприємницької діяльності в соціокультурній діяльності».

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН КУРСУ

РОЗДІЛ 1. СЕРЕДОВИЩЕ КУЛЬТУРНИХ ІНДУСТРІЙ

ТЕМА 1.1. КУЛЬТУРНІ ТА КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЙ, ЯК СЕРЕДОВИЩЕ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Культурні індустрії, як специфічний сектор людської діяльності. Передумови становлення культурних індустрій. Культурний сектор, як середовище економічної діяльності. Культурні індустрії – частина культури та бізнесу. Економічний механізм культурних індустрій. Класифікація культурних індустрій.

Індустріалізація культури. Культурний продукт (матеріальний, нематеріальний, послуга) та національний культурний продукт. Економічна цінність культурного продукту. Культурний капітал, як економічна категорія. Культурні та креативні індустрії. Культурні індустрії, як частина національного господарства.

Концепція стійкого розвитку суспільств. Культурні індустрії, як елемент забезпечення демократичного доступу до культурних благ.

Ризики культурних індустрій:

1. Високі ризики та надприбутки.
2. Креативність проти комерції. Культурна цінність проти економічної цінності.
3. Високі витрати на виробництво та низькі витрати на відтворення.
4. Напів суспільні блага. Потреба у створенні дефіциту.

Способи мінімізації ризиків культурних індустрій:

Провали компенсуються випуском хітів через побудову репертуару, як механізм максимізації аудиторії та перевиробництво.

Концентрація, інтеграція та кооперація публічності:

1. Мінімізація конкуренції в одній сфері. За таких умов відбувається злиття в межах однієї індустрії. 2. Вертикальна інтеграція як метод мінімізації витрат на виробництво та трансакції. 3. Розширення існуючих ринків та відкриття нових через інтернаціоналізацію. 4. Забезпечення потреб в рекламі зумовлює мультисекторальну або мультимедійну інтеграцію. 5. Через кооперацію та проектну організацію залучення незалежних фахівців для реалізацію та промоцію культурного продукту.

Штучний дефіцит. Інструменти створення штучного дефіциту:

1. Рекламна компанія, як інструмент створення попиту. 2. Авторське право, як запобіжний механізм вільного копіювання та розповсюдження нелегальних копій. 3. Обмеження доступу до технічних засобів копіювання. 4. Формати, як спосіб мінімізації ризиків через створення системи зірок (акцент на особистість), використання жанрів та серійність. 5. Незначний контроль над творцями, проте жорсткий контроль за дистрибуцією та маркетингом.

ТЕМА 1.2. КРЕАТИВНИЙ КЛАС ТА МЕРЕЖЕВЕ СУСПІЛЬСТВО

Концепція людського капіталу та його місце в стратегії сталого розвитку України. Креативний клас основа інформаційного суспільства та економіки знань. Р. Флоріда – концепція креативного класу. Специфіка формування трудових ресурсів в сфері культурних індустрій. Нормування робочого часу. Оплата праці. Результати праці. Обмежена креативність. Специфіка менеджменту в сфері культури. Сутність проектного підходу. Зайнятість в сфері культурних індустрій в Україні.

Культурні індустрій, як інструмент ревіталізації та перепрофілювання депресивних регіонів. Ч. Лендрі – засновник концепції «Креативного міста». Креативні міста – вагомий елемент привабливості для креативного класу та специфічна інфраструктурна одиниця. Програма «Культурна столиця». Мережеве суспільство та передумови його становлення.

Кластери інновацій – як рушійний механізм економічного розвитку та передумова забезпечення сталого розвитку суспільства в епоху ІV НТР. ІV НТР – передумови та наслідки. Нові професії та сфери діяльності. Місце креативності. Основні сфери реалізації творчого потенціалу людини.

ТЕМА 1.3. КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА - БАЗОВА ІНДУСТРІЯ КУЛЬТУРИ ТА ОСНОВА КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Культурна спадщина - підґрунтя всіх форм мистецтва та культурних індустрій. Культурна спадщина – елемент культурного потенціалу регіону. Культурна спадщина та формування людського капіталу. Культурна ідентичність.

Традиційні культурні вираження: художні промисли, фестивалі та свята.

Культурні пам'ятки: археологічні пам'ятники, музеї, бібліотеки, виставки та ін.

Матеріальна та нематеріальна культурна спадщина – як основа культурної ідентичності та потенційний ресурс України.

ТЕМА 1.4. МИСТЕЦТВО ЯК ІНДУСТРІЯ

Ця група включає в себе творчі галузі, засновані виключно на мистецтві і культурі. Цілі та завдання мистецтва. Специфіка комерціалізації мистецтва. Цінність витворів мистецтва. Мережа закладів культури і мистецтва України та специфіка її фінансування.

Ринок образотворчого мистецтва, скульптури та антикваріату. Аукціони. Тіньовий ринок та рух культурних цінностей через кордон. Державне регулювання руху культурних цінностей в Україні та за її межами.

Виконавчі мистецтво (видовища): жива музика, театр, танець, опера, цирк, ляльковий театр і т.д. Участь України в міжнародних фестивалях.

Специфіка комерціалізації класичного мистецтва. Класичне мистецтво в епоху превалювання культурних індустрій. Меценатство, спонсорство та патронаж.

РОЗДІ 2. СТРУКТУРА КУЛЬТУРНИХ ІНДУСТРІЙ

ТЕМА 2.1. МЕДІАІНДУСТРІЇ

Інформаційне середовище. Інформаційний потік. Видавнича логіка. Потокова логіка. Інформаційна безпека. Дві основні підгрупи ЗМІ, які продукують творчий контент (інформаційний потік) з метою спілкування з великою аудиторією («нові медіа» класифікується окремо):

1. Видавництва та друковані засоби масової інформації: книги, преса та інші видання.
 2. Аудіовізуальні: кіно, телебачення, радіо та інші види мовлення.
- Структура індустрій та їх специфіка функціонування в Україні.

ТЕМА 2.2. УТИЛІТАРНА ТВОРЧИСТЬ ТА СЕРВІС-ОРІЄНТОВАНІ ГАЛУЗІ

Орієнтація на попит та забезпечення комфорту. Діджиталізація (цифровізація) інформаційного простору. Конвергенція телекомунікацій, комп'ютерів та ЗМІ.

Культурні товари і послуги функціонального призначенням:

- дизайн: дизайн інтер'єру, графічний дизайн, мода, ювелірні вироби, іграшки;
- нові медіа. Інтернет, мережі, цифрові ігри. Цифрове телебачення.
- творчі послуги: архітектурні, рекламні, культурних і розважальних, НДДКР, цифрові та інші пов'язані з ними творчі послуги.

Аналіз ринків нових медіа України.

ТЕМА 2.3. КУЛЬТУРНІ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Раймонд Вільямс виокремлює 3 ери розвитку культурного виробництва в Європі:

1. Ера ремісників та покровителів. Митці утримувались аристократами, церквою а потім буржуа. Така система проіснувала до середини ХІХ ст. В спадок від неї нам залишилась система меценатства та патронажу.

2. Ринково-професійна ера – початок ХХ ст. Художні витвори починають продаватися та купуватися. Формується ринок специфічних товарів та з'являються специфічні послуги. Ускладнюється поділ праці. Формується та розширюється мережа посередників і дистриб'юторів. Змінюється значення доходу в культурі. Результат – ринок, авторське право, професії.

3. Корпоративно-професійна ера або ера культурного виробництва – з другої половини ХХ ст. Результат: нові види мистецтв, ком модифікація культури, формування рекламного ринку. Останнє зумовлює принцип максимізації аудиторії.

Фактори, які обумовлюють культурне домінування: 1. Обсяги внутрішнього ринку дозвілля. 2. Активна роль держави.

Позитив від глобалізації – посилення єдності, об'єднаності народів. Їх інклюзивності в світові процеси. Експорт певних позитивних цінностей, зокрема таких як скептицизм до влади та критика по відношенню до репресивних традицій. Поширення демократичних цінностей. Основний мінус – посилення комерційної моделі комунікацій.

Основні аспекти культурної інтернаціоналізації:

1. Інтернаціоналізація культурного бізнесу.
2. Інтернаціоналізація культурних текстів.
3. Вплив глобального на локальне.

Культурне панування окремих країн світу в умовах масової культури. Глобалізація та інтернаціоналізація. Економіка Голлівуду, міжнародна кіноіндустрія. Телебачення та світові ринки. Музичні ринки. Культурний інтернаціоналізм та музична індустрія. Концертно-гастрольна діяльність в контексті світових турне. Геокультурні ринки. Збереження культурної ідентичності. Конвергенція та технології інклюзії. Загрози та можливості для національних культурних індустрій. Державна політика в сфері культурних індустрій. Квоти.

РОЗПОДІЛ ГОДИН ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва розділу і теми	Кількість годин
		денна форма
Розділ 1. Середовище культурних індустрій		
1.1.	Культурні та креативні індустрії як середовище економічної діяльності	4
1.2.	Креативний клас та мережеве суспільство	4
1.3.	Культурна спадщина - базова індустрія культури та основа креативної економіки	2
1.4.	Мистецтво як індустрія	4
Розділ 2. Структура культурних індустрій		
2.1.	Медіаіндустрії	4
2.2.	Утилітарна творчість та сервіс-орієнтовані галузі	4
2.3.	Культурні індустрії в умовах глобалізації	4
Усього годин		26

ВИДИ РОБІТ І ЗАВДАНЬ. ІНСТРУМЕНТАРІЙ НАВЧАННЯ

Види робіт для осмислення понять і практичного засвоєння курсу:

- анотування наукової літератури;
- опрацювання й коментування довідкових джерел;

- виступи слухачів із коментуванням основних положень курсу;
- презентація підготовленого індивідуального навчального проекту на обрану тему;
- обговорення питань з наукових джерел, винесених на самостійне опрацювання;
- пошуково-аналітична робота, яка охоплює пошук та підбір літератури на задану тематику, написання рефератів, аналіз конкретних виробничих ситуацій.

Індивідуальні завдання:

- оформлення звітів, аналіз практичних ситуацій;
- підготовка презентацій, розробка власних виставкових проектів.

Індивідуальні завдання студенти виконують самостійно під керівництвом викладача. Як правило, індивідуальні завдання виконує окремо кожен студент.

ПОЛІТИКА КУРСУ

Оцінювання (усних повідомлень і завдань із питань курсу, аналізу наукової й навчально-методичної літератури, самостійна й індивідуальна робота за темами, виконання тестових завдань і т. ін.) здійснюється з позицій дотримання академічної доброчесності, ґрунтоване на чинних нормативних документах.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для іспиту, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90–100	A	відмінно	зараховано
84–89	B	добре	
74–83	C		
66–73	D		
61–65	E	задовільно	
21–60	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	незадовільно з можливістю повторного складання
0–20	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Гіп Гагоорт. Менеджмент мистецтв. Підприємницький стиль / перекл. англ. Богдан Шумилович. Львів: Літопис, 2008. 360 с.
2. Гражевська, Н. І. Еволюція сучасних економічних систем [Текст] : навч. посіб. Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Екон. ф-т; Київ: Знання, 2011. 287 с.
3. Гражевська, Н. І. Економічні системи епохи глобальних змін [Текст] : монографія. Київ: Знання, 2008. 431 с.
4. Долгин А. Манифест новой экономики. Вторая невидимая рука рынка. Москва: АСТ, 2010. 224 с.
5. Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии: теории и практики. Москва: Издательский дом «Классика – XXI», 2010. 240 с.
6. Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии: теории и практики. Москва: Издательский дом «Классика XXI», 2010. 240 с.
7. Культура і гроші: пер. з нім. О. Кислюка. Київ: Юніверс, 2009. 176 с.
8. Новаторов В. Е. Маркетинговые исследования в сфере культуры. Омск : ОмГУ, 2005. 255 с.
9. Новаторов В. Е. Маркетинговые персонал – технологии в учреждениях культуры : монографія. Омск: ОмГУ, 2001. 151 с.
10. Проскуріна М. О. Креативні індустрії, як фактор економічної безпеки країни. Вісник Одеського національного університету. Том 22. Випуск 6, 2015. Серія «Економіка». С. 56 – 60.
11. Проскуріна М. О. Культурологічні та економічні аспекти фестивального руху Угорщини та України / Science and Education a New Dimension. Economics, 2015, 1(72) С. 41-44. – Режим доступу: http://seanewdim.com/uploads/3/2/1/3/3213611/economics_172.pdf
12. Проскуріна М. О. Місце культурних індустрій в системі національного господарства України. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». Випуск 16/2016. С. 29-32.
13. Стівен А. Марглін. Економіка: гнітюча наука. Як економічний спосіб мислення розхитує засади спільноти. Київ: Темпора, 2012. 520 с.
14. Тросби Д. Экономика и культура / пер. с англ. И. Кушнарева; Нац. исслед. Ун-т «Высшая школа экономики». Москва: изд. дом Высшей школы экономики, 2013. 256 с.
15. Тульчинский Г. Л., Шекова Е. Л. Менеджмент в сфере культуры: Учебное пособие 4-е изд., испр. и доп. Санкт-Петербург: Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2012. 528 с.
16. Тульчинский Г. Л. Маркетинг в сфере культуры: учебное пособие. Санкт-Петербург, 2011. 182 с.
17. Хезмондалш Д. Культурные индустрии. / пер. с англ. И. Кушнарева; под ред. науч. ред. А. Михалевой; Нац. исслед. Ун-т «Высшая школа экономики». Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. 465 с.
18. Чижиков В. М., Чижиков В. В. Введение в социокультурный менеджмент. Москва: МГУКИ, 2011. 384 с.

- 19.Эпштейн Э. Экономика Голливуда: на чем на самом деле зарабатывает киноиндустрия / пер. с англ. Москва: Альпина Паблишерз, 2011. 212 с.
- 20.Fashion-бизнес: теорія, практика, феномен / под ред. Ніколі Уайт и Йена Гриффитса ; пер. с англ. А. Н. Поплавская; науч. ред. А. А. Попова. Минск: Гревцов паблишер, 2008. 272 с.
- 21.Creative Economy Report 2010 — Creative economy: A feasible development option/ UNCTAD and the UNDP Special Unit for South-South Cooperation
- 22.Creative Economy Report 2013, Special Edition/ UNCTAD and the UNDP Special Unit for South-South Cooperation

Допоміжна

- 23.2019 Cultural and Creative Industries Monitoring Report (2020). https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/cultural-and-creative-industries-monitoring-report-2019-summary.pdf?__blob=publicationFile&v=4
- 24.Advertising and Anthropology: Ethnographic Practice and Cultural Perspectives. Timothy de Waal Malefyt, Robert J. Morais.
- 25.BaumolW., Bowen W. Performing Arts: The Economic Dilemma. New York: The Twentieth Century Fund. 1966.
- 26.Bell D. The Coming of Post-Industrial Society. New York: Basic Books, 1973.
- 27.Creative Industries and Micro & Small Scale Enterprise Development : A Contribution to Poverty Alleviation : Project XP/RAS/05/002 As a Joint Initiative by UNIDO and UNESCO. – Режим доступу до веб-сторінки: http://www.unido.org/fileadmin/import/69264_creative_industries.pdf
- 28.Creative Industries: Contracts between Art and Commerce (New Edition (2nd & Subsequent) / 1st Harvard University Pres) Paperback – by Richard E. Caves
- 29.Creative Labour: Media Work in Three Cultural Industries.
- 30.Directorate General Internal Policies of the Union : Financing the arts and culture in the European Union : Study,- Brussels, European Parliament, 2006. Режим доступу до веб-сторінки: culturalpolicies.net/web/files/134/en/Financing_the_Arts_and_Culture_in_the_EU.pdf
- 31.European Commission. Green Paper: Unlocking the potential of cultural and creative industries. Brussels, 2010. Режим доступу до веб-сторінки: http://www.saksala.org/pdf-files/GreenPaper_creative_industries_en.pdf
- 32.Florida R.The Rise of the Creative Class - Revisited: 10th Anniversary Edition - NY: Basic Books, 2012, 483 p.
- 33.Global Creative Industries Paperback. by Terry Flew.
- 34.Introducing the Creative Industries: From Theory to Practice. Rosamund Davies, Gauti Sigthorsson.
- 35.Kearney R. C. Reinventing Government. The New Public Management and Civil Service Systems in International Perspective. The Danger of Throwing the Baby out with the Bathwater. Review of Public Personnel Administration. 1998. Vol. XVIII. N 4.

36. Key Concepts in Creative Industries. John Hartley, Jason Potts, Stuart Cunningham, Terry Flew, Michael Keane, John Banks.
37. Marcello de Souza Freitas. The Creative Cultural Industry: The Production of Concepts in the Process of Commodification of Culture and its Impact (2018). <http://eprints.rclis.org/38759/1/JOCIS-2-61-81-Marcello-de-Souza-Freitas.pdf>
38. Media Independence: Working with Freedom or Working for Free? James Bennett, Niki Strange
39. Patrons, Curators, Inventors and Thieves: The Storytelling Contest of the Cultural Industries in the Digital Age. Jonathan Wheeldon
40. Spicer M. Public Administration, the History of Ideas, and the Reinventing Government Movement. Public Administration Review. 2003. Vol. 64. N 3.
41. The Creative Industries: Culture and Policy Paperback. by Terry Flew
42. The cultural and creative industries — one of the world's most rapidly growing economic sectors. Benedicte H. Tandsæther-Andersen. 2019. <https://medium.com/startup-norway/the-cultural-and-creative-industries-one-of-the-worlds-most-rapidly-growing-economic-sectors-7ff15cc44bcb>
43. The Economy Of Culture In Europe – http://ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf
44. The Media and Social Theory. David Hesmondhalgh, Jason Toynbee.
45. Throsby D. Modelling the Creative/Cultural Industries // Seminar on «New Directions in Research: Substance, Method and Critique», held at Royal Society of Edinburgh, Scotland, 11–12 January 2007. Режим доступу до веб-сторінки: [http://www.lse.ac.uk/geographyAndEnvironment/research/Currentresearchprojects/CI Presentation Prof Throsby.doc](http://www.lse.ac.uk/geographyAndEnvironment/research/Currentresearchprojects/CI%20Presentation%20Prof%20Throsby.doc).
46. Understanding the Arts and Creative Sector in the United States (Rutgers Series: The Public Life of the Arts) Paperback. by Joni Maya Cherbo, Ruth Ann Stewart
47. UNESCO-UIS (2009). The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS 2009). Montreal: UNESCO Institute for Statistics. Accessed in June 2011. UNESCO-UIS 2012. 111 p. – Режим доступу до веб-сторінки: http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/FCS09_EN.pdf
48. Western Music and Its Others: Difference, Representation, and Appropriation in Music
49. Widening local development pathways. Creative economy report 2013. Special edition. Режим доступу до веб-сторінки: [http://www.slideshare.net/massimoclementini/creative-economyreport 2013](http://www.slideshare.net/massimoclementini/creative-economyreport%202013).
50. Адорно Теодор. Избранное. Социология музыки / Составитель: М. И. Левин, С. Ю. Хурумов, М. И. Левина, А. В. Михайлов. Санкт-Петербург, Москва: ЦГИ, Университетская книга, 2014. 446 с.
51. Арутюнова А. Арт-рынок в XXI веке. Пространство художественного эксперимента. Москва: Изд. дом ВШЭ, 2015. 232 с.
52. Барбер М. Приказано добиться результата. Как была обеспечена реализация реформ в сфере госуслуг Великобритании. Москва: Изд. дом ВШЭ, 2011. 393 с.

53. Барч У. Возможности внедрения зарубежного опыта в условиях России. Гос. служба. 2007. № 6. 171 с.
54. Грэй Э. От государственного управления к государственному менеджменту: переоценка переворота / Б. Дженкинс // Государственная служба. Проблемы реформирования. Зарубежный опыт. Вып. 8. Москва, 2009. 7 с.
55. Браун Дж. Культурные индустрии. Выявление культурных ресурсов территории // Институт культурной политики : Интернет-портал. – Режим доступа: <http://www.cpolicy.ru/analytics/64.html>.
56. Гончарик А. Политика в области творческих индустрий : зарубежный опыт и российские реалии / Творческие индустрии : интернет-ресурс. - режим доступа к веб-странице: <http://www.creativeindustries.ru/rus/publications>.
57. Гриценко О. А., Солодовник В. В. Пророки, пірати, політики і публіка. Культурні індустрії й державна політика в сучасній Україні. Київ: «К.І.С.», 2003. 168 с.
58. Зеленцова Е., Мельвиль Е. Культурная политика и экономика культуры. Тезисы для сборки региональных стратегий. Москва: Издательский дом "Классика XXI", 2010.
59. Зуев С. Культурные индустрии / Центр гуманитарных технологий. Гуманитарные технологии и развитие человека : интернет-ресурс. - режим доступа к веб-странице: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2007/2505>.
60. Культурна політика в Україні : аналітичний огляд / ред.-упорядник, кер. авторського колективу. О. Гриценко. 160 с. Розділ 5. Культурні індустрії. С. 74-104.
61. Культурні індустрії в сучасному місті / Креативні міста в Україні : інтернет-портал. – Режим доступу: <http://creativecities.org.ua/uk/creative-industries/texts/?newsid=22>.
62. Музычук В. Ю. Должно ли государство финансировать культуру? : научный доклад. Москва: Институт экономики РАН, 2012. 60 с. Режим доступа к веб-странице: http://inecon.org/docs/Muzychuk_paper.pdf
63. Олійник О. С. Індустріалізація культури : теоретична розвідка / Олександра Сергіївна Олійник. Київ: ДАКККіМ, 2008. 174 с.
64. Олійник О. С. Культурні індустрії: соціальна сутність, стан та перспективи розвитку в Україні : автореф. дисертації на здобуття наук. ступеня канд. культурології. Київ: КНУКіМ, 2008. 22 с.
65. Погорельская С. В. Германия: социально-политические аспекты «внутреннего единения». Актуальные проблемы Европы. 2010. № 4. С. 95-96.
66. Пул Дж. Х. Когда менеджмент приносит деньги. Наставления учреждениям культуры всех стран. / перевод с англ. О. Рева. 152 с.
67. Развитие партнерства в творческих индустриях северного измерения. Санкт-Петербург: СПбГБУК, 2013. 72 с. - Режим доступа к веб-странице:

- <http://www.museum-city.ru/wp-content/uploads/2013/03/Developing-partnerships1.pdf>
68. Смирс Йост, ван Схендел Марейке. Представьте, что копирайта нет. А также размышления о транснациональных корпорациях, контролирующих культурные активы / перевод с англ. Э. Мельник, Е. Ботневой.
69. Стракович Ю. Цифролюция. Что случилось с музыкой в XXI веке. Москва: Классика-XXI, 2015. 368 с., тв. пер.
70. Тарушин А. Б. Институциональная экономика : учебное пособие. Санкт-Петербург: Питер, 2004. 368 с.
71. Флиер А. Я. Культурные индустрии в истории и современности: типы и технологии / «Знание. Понимание. Умение». Информационный гуманитарный портал. – Режим доступа к веб-странице: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier_Cultural-Industries/
72. Флорида Ричард. Большая перезагрузка. Как кризис изменит наш образ жизни и рынок труда / пер. с англ. М. Неклюдова. Москва: Классика-XXI
73. Хокинс Джон Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги / пер. с англ. И. Щербакова
74. Хренов Н. А. Публика в истории культуры. Феномен публики в ракурсе психологии масс. Москва: Аграф, 2007. 496 с.
75. Шумперет Й. Теорія економічного розвитку. Москва: Директ-Медіа. – 2007// <http://vlasnasprava.pp.ua/economy/4909-skachati-knigu-shumpeter-ja-teoriya-yekonomicheskogo-razvitiya.html>

Інформаційні ресурси

76. Міністерство культури України. Офіційний сайт. – точка доступу: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/index>
77. Верховна рада України. Офіційний веб-портал. Точка доступу: <http://www.rada.gov.ua/>
78. Урядовий портал. Точка доступу: <http://www.kmu.gov.ua/>
79. United national conference on trade and development // <http://unctad.org/en/Pages/Home.aspx>
80. The Global Economy. International Data // http://www.theglobaleconomy.com/index_api.php
81. Eurostat // <http://ec.europa.eu/eurostat>
82. Creative Europe Media guides for audiovisual professionals // <http://www.creative-europe-media.eu/>
83. Creative Industries (агентство креативних індустрій) - <http://creativeindustries.ru/rus/>
84. Державна служба статистики - <http://www.ukrstat.gov.ua/>
85. Інститут еволюційної економіки // <http://iee.org.ua/ua/>
86. Інформаційна агенція культурних індустрій ПРО - <http://i-pro.kiev.ua/>
87. Культпростір. Інформаційни портал. - <http://cultprostir.ua/uk>
88. Музейний простір. Журнал - <http://www.prostir.museum.ua/journal>
89. Податковий кодекс України - <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

90. Прагматика культуры. Фонд научных исследований // <http://www.artpragmatica.ru/>