

**ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»**

Факультет суспільних і прикладних наук

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з методичної роботи

 **Ярослав ШТАНЬКО**

“30” 08 2024 р.

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Галузь знань:	06 Журналістика
Спеціальність:	061 Журналістика
Освітньо-професійна (освітньо-наукова) програма:	“Реклама та зв'язки з громадськістю”
Освітній рівень:	перший (бакалаврський)
Статус дисципліни:	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання:	українська

**Івано-Франківськ
2024**

РОЗРОБНИК



Галина ДЕРЖИПІЛЬСЬКА

ЗАТВЕРДЖЕНО:

на засіданні кафедри журналістики,
реклами та зв'язків з громадськістю
протокол № 11 від 27.05 2024 р.
т. в. о. завідувача кафедри



Інна ВАРВАРУК

УЗГОДЖЕНО:

Гарант ОПП



Христина КУХАРУК

СХВАЛЕНО:

на засіданні Науково-методичної ради, протокол № 1 від 30.08 2024 р.

e-mail	derzhypilska.o.halyna@ukd.edu.ua
Номер аудиторії чи кафедри	кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю
Посилання на сайт	Галина Держипільська
Сторінка курсу в СДО	Креативні індустрії

ВСТУП

Анотація навчальної дисципліни

Дисципліна орієнтована на формування знань щодо креативних індустрій, сучасного стану та перспектив розвитку цього сектору економіки.

Мета навчальної дисципліни: дослідження креативних індустрій як феномену сучасної культури, обґрунтування сутності культурних та креативних індустрій, визначення основних складових креативної економіки.

Завдання дисципліни: формування у студентів креативного мислення, набуття знань і навичок у сфері застосування інноваційних підходів, створенні та функціонуванні креативних організацій; вивчення механізмів та інструментів імплементації продуктів креативних індустрій в економіку.

В результаті вивчення дисципліни студент повинен **знати**: основні закономірності становлення креативної економіки, креативного класу; підходи до формування креативної економіки та її роль в економіці держав.

В результаті вивчення дисципліни студент повинен **вміти**: досліджувати та висвітлювати тенденції розвитку креативних індустрій; аналізувати стан справ цієї сфери в Україні та конкретно обраному регіоні з метою оптимізації її діяльності та створення креативних проектів, кластерів, хабів, просторів.

Професійні компетентності та результати навчання (тільки для базових дисциплін), яких набувають здобувачі освіти внаслідок вивчення навчальної дисципліни «061 Журналістика», введеної в дію ЗВО «Університет Короля Данила» “__” _____ року).

Шифр та назва компетентності	Шифр та назва програмних результатів навчання
ЗК_01_ Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.	ПРН 9. Аналізувати ефективність культурних політик, технології реалізації культурних ідей у контексті конкретних параметрів їх впровадження ПРН10. Розпізнавати та класифікувати різні типи культурних продуктів, визначати їх якісні характеристики на основі комплексного аналізу ПРН11. Здатність моніторити соціокультурний потенціал та креативний ресурс
ЗК_05_ Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.	
ЗК_06_ Здатність цінувати та поважати різноманітність і мультикультурність	
ЗК_07_ Здатність працювати автономно	
ЗК_08_ Здатність працювати в команді	

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Курс	2
Семестр	3
Кількість кредитів ЄКТС	3

Аудиторні навчальні заняття		денна форма	заочна форма
	лекції	28 (в годинах)	2 (в годинах)
	семінари, практичні	28 (в годинах)	6 (в годинах)
Самостійна робота		34 (в годинах)	82 (в годинах)
Форма підсумкового контролю	залік/екзамен (в годинах) письмові роботи		

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни:

Пререквізити	Постреквізити
Медіа і глобальний світ	Арт-журналістика

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Перелік тем лекційного матеріалу

Тема 1. Концепція та визначення креативних індустрій (4 год.)

- Мистецтво, бізнес і технології: визначення сутності креативних індустрій
- Загальний розвиток креативних індустрій у світі
- Креативна економіка та основні складові її формування і розвитку

Тема 2. Огляд креативних індустрій (4 год.)

- Визначення та критерії креативності
- Підхід до визначення креативних індустрій в Україні (законодавчий рівень)

Тема 3. Етапи розвитку креативних індустрій (4 год.)

- Передумови виникнення
- Історія розвитку: Доіндустріальний період. Індустріальний період. Постіндустріальний період.

Тема 4. Моделі класифікації креативних індустрій міжнародними організаціями (6 год.)

- Модель конференції ООН з торгівлі та розвитку
- Модель класифікації креативних індустрій ЮНЕСКО
- Модель Всесвітньої організації інтелектуальної власності
- Сінгапурська модель класифікації креативних індустрій
- Японська модель класифікації креативних індустрій «Хокуходу»
- Американська модель Джона Хокінса

Тема 5. Креативна економіка: основні складові формування та розвитку (6 год.)

- Творчість
- Інтелектуальна власність
- Менеджмент та капітал

Тема 6. Ключові стейкхолдери креативної економіки (4 год.)

- Суспільство, громадські організації
- Держава, місцеве самоврядування
- Міжнародні організації, креативні хаби
- Бізнес, освітні та науково-дослідні інститути

Зміст практичних занять

Тема 1. Філософія креативного менеджменту (4 год.)

- Нові підходи та принципи для генерування і реалізації інноваційних рішень
- Основний капітал креативної економіки

Тема 2. Формування креативного середовища міст (6 год.)

- Креативне середовище: зміст і структура (концепція 3Т)
- Фактори формування креативного середовища (диверсифікація економіки; комфортне оточення; відкрита культура; ліберальна освіта; соціальна активність; інституціональна підтримка)
- Проблеми та можливості розвитку креативного середовища міст (економічні, інфраструктурні, культурні, освітні, соціальні, інституційні фактори розвитку креативного середовища)

Тема 3. Характеристика секторів креативних індустрій (6 год.)

- Реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги
- Образотворче мистецтво (живопис, графіка, скульптура, фотографія)
- Архітектура, урбаністика
- Ремесло, народні художні промисли

Тема 4. Характеристика секторів креативних індустрій (6 год.)

- Дизайн
- Moda
- Кіноіндустрія
- Нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології: програмне забезпечення, відеоігри, цифрові технології в мистецтві (3D-друк; віртуальна, доповнена, змішана реальність)

Тема 5. Характеристика секторів креативних індустрій (6 год.)

- Індустрія музики
- Виконавські мистецтва

- Видавнича справа (література, видавнича діяльність та друковані засоби масової інформації)
- Бібліотеки, архіви та музеї

Зміст самостійної роботи студентів

1. Підходи, які існують до визначення природи креативності? Що відноситься до продуктів творчості та креативності? **(2 год.)**
2. Переваги та недоліки творчої діяльності. Які застосовують критерії при оцінюванні міри креативності? **(2 год.)**
3. Застосування терміну «креативні індустрії» в економіці. Походження та сутність терміну «креативна економіка». **(2 год.)**
4. Особливості креативної економіки як нового типу економічної системи. Відмінності креативної економіки від традиційної. **(2 год.)**
5. Що таке творчі кластери? Якими вони бувають? Як творчі кластери впливають на розвиток території? **(2 год.)**
6. В які групи і за якими ознаками ви могли б об'єднати галузі творчих індустрій? Які сфери діяльності можуть бути творчими галузями економіки? **(2 год.)**
7. Які творчі кластери могли б бути створені у вашому місті і регіоні? Які ресурси для цього могли б бути використані (просторові, творчі, менеджерські)? **(2 год.)**
8. Класифікація креативних індустрій, згідно з підходом DCMS. **(2 год.)**
9. Класифікації креативних індустрій з урахуванням специфіки національного контексту. **(2 год.)**
10. Порівняння підходів до визначення креативних / культурних індустрій. **(2 год.)**
11. Реклама як продукт креативної індустрії. Архітектура як сектор креативної індустрії. **(2 год.)**
12. Галузь народного мистецтва та ремесла, їх розвиток в креативній економіці. Дизайн як окрема складова креативних індустрій. **(2 год.)**
13. Роль індустрії моди у формуванні креативного капіталу. Особливості розвитку креативних індустрій: кіно і музика. **(2 год.)**
14. Формування креативної сектору економіки з урахуванням сфери виконавських мистецтв (театр / опера / танець / балет). Характеристика галузі виробництва іграшок, ігор та відеоігор як складових креативної економіки. **(2 год.)**
15. Видавнича справа в системі креативних індустрій. Роль наукових досліджень та розробок у формуванні сучасної економіки. **(2 год.)**
16. Вплив новітніх соціальних медіа на формування креативного класу. Телебачення і радіо – вагомні інструменти впливу на формування креативного класу. **(2 год.)**
17. Розвиток креативних індустрій в Україні. **(2 год.)**

Розподіл годин, виділених на вивчення дисципліни «Креативні індустрії»

Найменування видів робіт	Розподіл годин	
	денна форма	заочна форма
Самостійна робота, год, у т.ч.:	34	82

Опрацювання матеріалу, викладеного на лекціях	8	12
Підготовка до практичних занять та контрольних заходів	8	24
Підготовка звітів з практичних робіт	5	24
Підготовка до поточного контролю	5	10
Опрацювання матеріалу, винесеного на самостійне вивчення	8	12

ПОЛІТИКА КУРСУ

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ:

Відвідування занять є важливою складовою навчання. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Дозволяється вільне відвідування лекцій студентам за індивідуальним графіком навчання. Якщо студент відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.

ПОВЕДІНКА В АУДИТОРІЇ:

Усі учасники освітнього процесу повинні дотримуватися норм і правил внутрішнього розпорядку відповідно до Статуту ЗВО «Університет Короля Данила», Правил поведінки здобувачів освіти та Кодексу корпоративної етики. Кожен студент має виявляти наполегливість, старанність, зацікавлення дискутувати, ставити запитання викладачеві як під час лекцій, так і під час семінарських чи практичних занять. Усі учасники освітнього процесу повинні дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися один до одного, бути урівноваженими, уважними та дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ

На початку вивчення курсу викладач знайомить студентів з основними пунктами Положення про академічну доброчесність, відповідно до якого і здійснюється навчальний процес. Під час виконання письмових тестових завдань недопустимо порушення академічної доброчесності. Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання результатів навчання студентів III курсу за освітньою програмою «Реклама і зв'язки з громадськістю» здійснюється відповідно до «Положення про систему поточного та підсумкового контролю оцінювання знань та визначення рейтингу здобувачів освіти». Кожен вид контролю передбачений з урахуванням результатів навчання.

Видами діагностики та контролю знань студентів з навчальної дисципліни є:

Поточний контроль – усне опитування та виконання письмових завдань (тестів), виступи, презентації на практичних заняттях. Оцінювання здійснюється за національною чотирибальною шкалою – “2”; “3”; “4”; “5”. Фіксація поточного контролю здійснюється в “Електронному журналі обліку успішності академічної групи” на підставі чотирибальної шкали. У разі відсутності студента на занятті виставляється “н”. За результатами поточного контролю у Журналі автоматично обчислюється підсумкова оцінка та здійснюється підрахунок пропущених занять. Усереднена оцінка переводиться в 100-бальну шкалу згідно нижченаведеної таблиці. Усі пропущені заняття, а також негативні оцінки студенти зобов'язані відпрацювати впродовж трьох наступних тижнів. У випадку недотримання цієї норми, замість “н” в журналі буде виставлено “0” (нуль балів) без права перездачі. Студенти повинні мати оцінки з не менше 50% аудиторних занять. До підсумкового контролю допускаються студенти, які за результатами поточного контролю отримали 35 балів і більше. Усі студенти, що отримали 34 бали і менше, не допускаються до складання підсумкового контролю і на підставі укладання додаткового договору, здійснюють повторне вивчення дисципліни впродовж наступного навчального семестру.

Підсумковий (семестровий) контроль

Проводиться для встановлення рівня досягнення здобувачами освіти програмних результатів навчання з навчальної дисципліни (освітнього компонента), після завершення вивчення дисципліни. Підсумковий контроль знань проводиться у формі екзамену у вигляді комп'ютерного тестування. Тестування відбувається в комп'ютерних лабораторіях навчального закладу (або в особливих випадках – дистанційно) з використанням програми Classroom і передбачає відповіді на 4 запитання стосовно тематики навчальних матеріалів, що студент прослухав протягом семестру. За результатами підсумкового контролю студент може отримати 40 балів. Студенти, які під час підсумкового контролю отримали 24 бали і менше, вважаються такими, що не склали екзамен і повинні йти на перездачу. Загальна семестрова оцінка з дисципліни, яка виставляється в екзаменаційних відомостях, оцінюється в балах (національної шкали, 100-бальної шкали й шкали ЄКТС) і є сумою балів, отриманих

під час поточного та підсумкового контролю. Студенти можуть підвищувати свій рейтинг під час екзаменаційної сесії через одноразову повторну перездачу, попередньо подавши заяву адміністрації коледжу не пізніше одного робочого дня після сесії. Одержаний при підвищенні рейтингу результат буде остаточним при виставленні підсумкового контролю. Студенти, які не з'явилися на екзамени без поважних причин, вважаються такими, що отримали незадовільну оцінку.

Оцінювання самостійної роботи проводиться як під час поточного, так і під час підсумкового контролю знань. Оцінювання самостійної роботи, яка передбачена в тематичному плані дисципліни разом з аудиторною роботою, здійснюється під час проведення практичних занять. Поточний контроль передбачає усну відповідь, написання доповіді та виступ, вирішення тестових завдань, ситуаційних задач, виконання індивідуальних завдань, відпрацювання практичних навичок тощо. Виставлення балів за самостійну роботу під час поточного контролю обов'язково супроводжується оцінювальними судженнями. Бали додаються до балів, які отримав студент під час поточного контролю, але не більше, ніж кількість балів з оцінювання окремої теми заняття. Оцінювання тем, які виносяться лише на самостійну роботу і не входять до тем аудиторних занять, контролюється під час підсумкового контролю.

1) щодо оскарження результатів контрольних заходів

Здобувачі вищої освіти мають право на оскарження оцінки з дисципліни отриманої під час контрольних заходів. Апеляція здійснюється відповідно до «Положення про політику та врегулювання конфліктних ситуацій». Ознайомитись з документом можна за покликанням <https://bit.ly/3CnfUgk>.



МЕТОДИ НАВЧАННЯ

При вивченні дисципліни застосовується комплекс методів для організації навчання студентів з метою розвитку їх логічного та абстрактного мислення, творчих здібностей, підвищення мотивації до навчання та формування особистості майбутнього фахівця в галузі журналістики.

Програмний результат навчання ¹	Метод навчання	Метод оцінювання
Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях, опанувати нові знання й розуміти предметну сферу та професійну діяльність. Вміння до пошуку, оброблення та аналіз інформації з різних джерел, використання інформаційних комунікаційних технологій.	Словесні методи (лекція, розповідь пояснення); наочні методи (ілюстрування, мультимедійні методи);	Залік (письмова робота)
Здатність до адаптації та дії в новій ситуації, вміння спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.	Інтерактивні методи (дискусія, мозковий штурм, самостійне опрацювання та робота в командах)	

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Процедура проведення контрольних заходів, а саме поточного контролю знань протягом семестру та підсумкового семестрового контролю, регулюється «Положенням про систему поточного та підсумкового контролю оцінювання знань та визначення рейтингу студентів», яке розміщено на сайті університету в розділі «Публічна інформація»: <https://ukd.edu.ua/node/1149>

Фіксація **поточного** контролю здійснюється в “Електронному журналі обліку успішності академічної групи” на підставі чотирибальної шкали - “2”; “3”; “4”; “5”. У разі відсутності студента на занятті виставляється “н”. За результатами поточного контролю у Журналі, автоматично визначається підсумкова оцінка, здійснюється підрахунок пропущених занять.

Усі пропущені заняття, а також негативні оцінки студенти зобов'язані відпрацювати впродовж трьох наступних тижнів. У випадку недотримання цієї норми, замість “н” в журналі буде виставлено “0” (нуль балів), без права перездачі.

До підсумкового контролю допускаються студенти які за результатами поточного контролю отримали не менше 35 балів. Усі студенти, що отримали 34 балів і менше, не допускаються до складання підсумкового контролю і на ²підставі укладання додаткового договору, здійснюють повторне вивчення дисципліни впродовж наступного навчального семестру.

¹ для вибіркового навчальних дисциплін вказується **результат навчання**

² Методи навчання запозичувати звідси

(<https://docs.google.com/document/d/1bOyhYW37RNke1yq3ePeEY8Bi-VVP7x31/edit>)

Підсумковий контроль знань у формі *письмової роботи* диференційованого заліку (5 семестр) та екзамену (_семестр) проводиться у вигляді комп'ютерного тестування. За результатами підсумкового контролю (диференційований залік/екзамен) студент може отримати 40 балів.

Студенти, які під час підсумкового контролю отримали 24 бали і менше, вважаються такими, що не здали екзамен/диференційований залік і повинні йти на перездачу.

Загальна семестрова оцінка з дисципліни, яка виставляється в екзаменаційних відомостях оцінюється в балах (згідно Шкали оцінювання знань за ЄКТС) і є сумою балів отриманих під час поточного та підсумкового контролю.

Шкала оцінювання знань за ЄКТС:

Оцінка за національною шкалою	Рівень досягнень, %
Національна диференційована шкала	
Відмінно	90 – 100
Добре	75 – 89
Задовільно	60 – 74
Незадовільно	0 – 59
Національна недиференційована шкала	
Зараховано	60 – 100
Не зараховано	0 – 59
Шкала ECTS	
A	90 – 100
B	83 – 89
C	75 – 82
D	67 – 74
E	60 – 66
FX	35 – 59
F	0 – 34

Студенти, які не з'явилися на екзамені без поважних причин, вважаються такими, що одержали незадовільну оцінку.

Об'єктивність процедур проведення контрольних заходів забезпечується відмежуванням результатів поточного контролю від результатів підсумкового контролю.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Свінцицька О.М., Ткачук В.О. Креативна економіка та креативні індустрії : навч. посібн. [Електронне видання]. – Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. – 218.
2. Галасюк В., Гужва І., Серебрянська Д., Іванов Євген, Комендо І., Митник О. Креативна економіка: нова економічна епоха ХХІ ст. [Електронне видання]. Дослідження громадської організації «ГОУЛОКАЛ» у партнерстві з громадською спілкою «Центр розвитку креативної економіки» спільно з громадською організацією «Центр розвитку ринкової економіки» (CMD-Ukraine) в рамках гранту від глобальної філантропічної організації Luminate, 2021.– 67 с.
3. Культура і креативні індустрії як основа розумної стратегії розвитку малої території. – Посібник до Другої Всеукраїнської конференції «Культура і креативні індустрії як основа розумної стратегії розвитку малої території» / заг. ред. І.В.Френкель [та ін.]; [упор. Ковальчук Ін. М., Ковальчук Ір. М.; відп. ред. Телеуця В. В., Снігирьова Л. М.]. – Вінниця: 2018, 152 с.
4. Божидарнік Т.В. Креативний менеджмент: навч. посібн. / Т.В. Божидарнік, Н.М. Василик. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2014. – 498 с.
5. Бородкіна Н.О. Маркетинг: навч.-метод. посібн. для вивчення дисципліни. – Житомир, 2003. – 350 с.
6. Василенко В.О. Інноваційний менеджмент: навч. посібн. / В.О. Василенко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 356 с.
7. Вахович І. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір: монографія / І. Вахович, О. Чуль. – Луцьк: Вежа-Друк, 2014. – 288 с. 5.

Додаткова література

1. Ніколаєва О., Онопрієнко А., Таран С., Шоломицький Ю., Яворський П. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України [Електронне видання]. – Київ: Київська школа економіки (KSE) 2018. – 111с.

2. Інноваційне підприємництво: креативність, комерціалізація, екосистема: навч. посібн. для вищих навчальних закладів / авт. кол.: Ю.М. Бажал, І.В. Бакушевич, У. Венесаар та ін. / за ред. д-ра екон. наук, проф. Ю.М. Бажала. – К.: Унів. вид-во ПУЛЬСАРИ, 2015. – 280 с.
3. Корпоративне управління організаційним розвитком: креативні засади: [монографія] / М.М. Адамкович, Я.П. Квач, К.С. Шапошников. – Ізмаїл: СМІЛ, 2008. – 272 с.
4. Креативне корпоративне управління: теорія і практика: [монографія] / К.С. Шапошников; Херсонський державний університет. – Херсон: Видавництво ХДУ, 2010. – 256 с.
5. Креативний менеджмент: навч. посібн. – Рівне: НУВГП, 2011. – 211 с. 11. Кузьмін О.Є. Креативний менеджмент: навч. посібн. / О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, І.В. Литвин, Д.К. Зінкевич. – Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2010. – 124 с.

Електронні інформаційні ресурси

1. Баб'ячок Р.І. Основні тенденції розвитку стартапів в Україні – проблеми, перешкоди і можливості [Електронний ресурс] / Р.І. Баб'ячок, І.І. Кульчицький. – Режим доступу: <https://www.civicsynergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Osnovni-tendentsiyi-rozvytkustartapiv-v-Ukrayini-1-1.pdf>. – Дата звернення: 16.05.2020.
2. Букацелі А.В. Креативне підприємництво як ресурс економіки [Електронний ресурс] / А.В. Букацелі // Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання. – Режим доступу: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/6_2018/153.pdf. – Дата звернення: 16.05.2020.
3. Васільєва Л.М. Бізнес-інкубатор як форма й елемент інноваційної інфраструктури [Електронний ресурс] / Л.М. Васільєва. – 2015. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/26_OINXXI_2009/Economics/52632.doc.htm. – Дата звернення: 01.09.2019.
4. Джерела фінансування стартапів [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу: <https://bizua.org/266/dzherela-finansuvannyaastartapiv>. – Дата звернення: 18.05.2020.
5. Не боятися творчих професій: стереотипи про креативну індустрію <https://osvitoria.media/opinions/ne-boyatysya-tvorchyh-profesij-stereotypy-pro-kreatyvnu-industriyu/>
6. Як влаштовані найкращі еко-міста світу та України <https://www.village.com.ua/village/city/eco-heroes/291497-mhp-3>
7. Культура і креативність – лекції <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/course/lecture-1>
8. Основи формування креативної економіки - лекції <https://learn.ztu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=36375&forceview=1>
9. Не одними айтівцями. Що креативні індустрії зможуть запропонувати Україні <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/01/19/696149/>
10. Чотири тренди креативних індустрій :: Креативна Європа Україна

<https://creativeeurope.in.ua/posts/four-trends-cci>

11. Креативні індустрії – радикальні зміни

<https://gwaramedia.com/kreatyvni-industriyi-shho-de-yak/>