Известия Воронежского государственного педагогического университета. 2026. № 3 (312). С. 104–110.
Izvestia Voronezh State Pedagogical University. 2026. (3), 104–110.

Научная статья
УДК 378.14
DOI 10.47438/2309-7078_2026_3_104.

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОЕКТНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ ПОДГОТОВКИ В СФЕРАХ КУЛЬТУРЫ И ТУРИЗМА: МЕТОДОЛОГИЯ И ПРАКТИКА

Ольга Яковлевна Емельянова[1], Инга Владимировна Шершень[2]

Воронежский государственный педагогический университет,
Воронежский государственный университет[1]
Воронеж, Россия
Университет "Синергия" [2]
Москва, Россия

[1]*Кандидат педагогических наук, доцент кафедры общей педагогики, e-mail: olga-emel@rambler.ru*
[2]*Кандидат экономических наук, доцент кафедры ЭТиОУ, заведующий кафедрой сервисной экономики, туризма и индустрии гостеприимства,*
ORCID ID: 0009-0006-7765-3239, e-mail: inga_shershen@mail.ru

Аннотация. Новые социально-экономические вызовы ставят перед вузами приоритетную задачу подготовки высококвалифицированных профессионалов, знающих тренды развития отрасли, умеющих решать практические задачи и владеющих актуальным инструментарием. Бурное развитие креативных индустрий и востребованность работы с впечатлениями сопряжены с необходимостью формирования новых методологических подходов к подготовке будущих специалистов в этой сфере. Цель исследования заключается в выявлении эффективных механизмов формирования профессиональных компетенций у обучающихся на основе анализа реальных проектных кейсов. В статье представлен обзор существующих программ подготовки студентов по креативным направлениям в ведущих отечественных и зарубежных вузах, анализ креативных проектов - победителей российских и международных конкурсов. По итогам исследования выделены педагогические условия эффективного формирования профессиональных компетенций, подчеркнуты значимость поддержки студенческих инициатив, необходимость внедрения проектной деятельности при участии работодателей и усиление роли наставничества, актуальность освоения цифровых компетенции в творчестве. Внедрение в образовательный процесс вузов программ, курсов и модулей, отвечающих запросам экономики впечатлений, является необходимой реакцией на динамику социокультурной и экономической среды, испытывающей потребность в творческих профессионалах нового уровня.

Ключевые слова: проектная деятельность, креативные индустрии, профессиональное образование, студенческие инициативы, управление проектами, культурно-туристские дестинации, проектные компетенции

Для цитирования: *Емельянова О.Я., Шершень И.В.* Формирование проектных компетенций обучающихся управленческих направлений подготовки в сферах культуры и туризма: методология и практика // Известия Воронежского государственного педагогического университета. 2026. № 3. С. 104–110. DOI: 10.47438/2309-7078_2026_3_104.

Введение

Подготовка высококвалифицированных управленческих кадров для сфер культуры и туризма является одной из наиболее актуальных проблем современного образования, поскольку от темпов развития этих отраслей зависит дифференциация национальной экономики. Государственная политика направлена на совершенствование подходов к организации и управлению креативными индустриями, особенно когда речь ведется о популяризации культурно-туристских дестинаций. Специалисты, занятые в сферах культуры, туризма и гостеприимства, последние годы вынуждены гибко и оперативно адаптироваться к условиям геоэкономической и

© Емельянова О.Я., Шершень И.В., 2026

политической турбулентности, новым вызовам, которые ставит бурно развивающаяся цифровизация перед обществом. Для будущих управленцев принципиально важно не только освоение теоретических знаний, но и формирование практических проектных компетенций, включающих способности разрабатывать и реализовывать творческие проекты в условиях большой степени неопределенности, работать с междисциплинарными командами и создавать продукты, обладающие оригинальностью, культурной и экономической ценностью, а также несущие наш культурный код.

Феномен креативных индустрий в фундаментальных научных трудах рассматривается как совокупность видов экономической деятельности, в которых создание добавленной стоимости основано на интеллектуальной собственности и творческом потенциале. Классиками концептуального обоснования креативной экономики являются Р. Флорида (США) и Ч. Лэндри (Великобритания). Р. Флорида в авторской теории креативного класса обосновывает роль творческих профессионалов как ключевого фактора экономического развития территорий. Ч. Лэндри ввел понятие «креативный город», т.е. территория, где культурные ресурсы становятся «сырьем, которое пришло на смену нефти, стали и золота» [4,с.7].

Авторы концепции экономики впечатлений Б. Дж. Пайн II и Дж. Х. Гилмор утверждают, что главным фактором создания добавленной стоимости сегодня становятся не материальные товары или услуги, а эмоционально насыщенные переживания, формирующие долгосрочную привязанность потребителя. Данная трансформация предъявляет принципиально новые требования к профессиональной подготовке кадров, ориентированных на работу в туризме, событийном менеджменте и смежных сферах. Чтобы профессионально преуспеть в этих сферах, необходимо уметь работать с нематериальными активами и культурными кодами, проектировать впечатления на стыке аналитики, креативности и человеческой эмпатии, владеть психологическими методами воздействия на потребителей, творчески мыслить.

Традиционная модель подготовки управленческих кадров, ориентированная на освоение функциональных дисциплин (менеджмент, финансы, маркетинг, логистика), в парадигме экономики впечатлений оказывается слишком поверхностной. Необходимы специфические знания методологии проектирования эмоционально насыщенных продуктов, инструментов анализа данных для персонализации опыта, а также умение чувствовать грань и сохранять этический баланс между собственным (авторским) творческим процессом и генерированием творчества с AI.

Целью настоящего исследования является выявление эффективных методологических подходов и практических механизмов формирования проектных компетенций у обучающихся управленческих направлений подготовки в сферах культуры и туризма на основе анализа реальных проектных кейсов.

В основу исследования положен качественный анализ проектных кейсов в сфере креативных индустрий. Метод кейс-стади позволяет детально изучить уникальные феномены в их реальном контексте и выявить закономерности, значимые для образовательной подготовки.

Современные подходы к организации образования для подготовки кадров креативной экономики

Подготовка креативных специалистов является уже глобальным трендом, реализуемым в различных форматах. Рассмотрим кратко главные тенденции зарубежных и отечественных образовательных практик.

В Китайском университете Гонконга в рамках Школы гостиничного и туристического менеджмента разработана первая в Азиатско-Тихоокеанском регионе магистерская программа «Лидерство в экономике впечатлений». Она построена на основе трех ключевых компетенций: вдохновение, инвестиции и инновации. В рамках программы применяется система двойного наставничества (академического и отраслевого), международное обучение и практическое проектирование. Ориентир сделан на подготовку лидеров, способных достигать конкурентных преимуществ за счет синергии инноваций, дизайна впечатлений, гибкого управления и обоснованных инвестиций.

В американском университете Темпл в Школе спорта, туризма и гостеприимства запущена магистерская программа «Управление впечатлениями и аналитика данных». Магистров обучают не только создавать эмоционально значимые впечатления, но и измерять их эффективность. Программа также базируется на трех компонентах: стратегия впечатлений, аналитика данных и иммерсивное обучение (практическое освоение навыков через участие в реальных проектах и стажировки в индустрии). Обучение по программе открыто для выпускников любых направлений: от гуманитарных и естественных наук до бизнеса и технологий, что подчеркивает междисциплинарный характер творческих компетенций.

В российской туриндустрии и культуре существует устойчивый запрос на специалистов, умеющих генерировать эмоциональный опыт, что проявляется в создании новых образовательных программ, нестандартных должностей в бизнесе, растущей популярности трендов на игрофикацию и эмоциональные поездки.

Высшая школа экономики предлагает несколько образовательных инициатив в этой области. Магистерская программа «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма» реализуется с 2012 года. Концепция магистерской программы основана на практической ориентации. Обучающиеся проходят практику у бизнес-партнеров ВШЭ, принимают участие в туристических мероприятиях с целью нетворкинга, учатся по программам международного обмена.

В рамках курса «Специальное проектирование. Ивент-дизайн и экономика впечатлений» для бакалавров программы «Управление в креативных индустриях» обучающиеся осваивают этапность проектирования, разрабатывают уникальные форматы событий и учатся использовать AI для генерации текстовых и визуальных решений. На платформе «Открытое образование» широкой аудитории предлагается изучение онлайн-курса «Экономика впечатлений: туристический менеджмент», который знакомит с

актуальными тенденциями в туризме, инструментами управления туристическими проектами и продуктами, алгоритмами создания турсобытий в России [14].

Для подготовки магистерской диссертации обучающиеся проходят 48-часовой «Семинар наставника «Менеджмент в индустрии впечатлений»», который предназначен для совместной деятельности академического наставника и обучающегося, включая экспертные рекомендации по развитию индивидуального образовательного трека последнего. В зависимости от выбранного направления (событийный, музейный, туристический менеджмент) будущий управленец получает квалифицированную экспертную рекомендацию по проведению практико-ориентированной работы.

Санкт-Петербургский государственный университет в 2026 году открыл новую магистерскую программу «Управление проектами в креативной экономике» совместно с музыкальным сервисом «Звук», Центром иммерсивных решений и Центром технологий «Сбера». Это первая программа, созданная в непосредственном партнерстве с индустриальными лидерами. Студенты будут осваивать управление коммуникациями и брендом в цифровой среде, работу с аудиторией, создание и продвижение цифровых продуктов, аудиопроизводство, финансовый анализ и управление проектами. Отдельный трек посвящен запуску собственных стартапов. Из 24 дисциплин учебного плана часть разработаны индустриальными партнерами, часть совместно партнерами и преподавателями [1].

В рамках бакалаврских и магистерских программ ведущих отечественных вузов, готовящих специалистов для культуры и туризма, предлагаются такие модули, как «Управление событиями и Mice-индустрией в туризме», дисциплины «Креативный менеджмент», «Управление впечатлениями», «Маркетинг впечатлений в туризме», «Брендинг туристских территорий» и т.п.

Результаты исследования проектных практик

Эмпирическую базу исследования составили признанные лучшими в российской практике проектные кейсы в сфере культуры и туризма:

– проект ревитализации Палехского льнозавода «Нити времени» (Ивановская область) – победитель конкурса «Индустриальный эксперимент» Фонда Потанина;

– проект «КАМОН в НК!» (г. Нижнекамск) – кампания по продвижению территории;

– исторический фестиваль «Летний день в Костенках» (Воронежская область) – победитель Russian Event Awards 2024 в номинации «Лучшее событие в сфере научно-популярного туризма»;

– коммуникационный проект «Охотники (за мамонтами) за образами из Костенок» (Воронежская область) – победитель Международной премии в туризме «РУПОР» (2026) и Национальной премии в области коммуникаций «Серебряный лучник» (2026);

– студенческий проект «Из Волжского с любовью» (Волгоградская область), демонстрирующий эффективность «низовых» инициатив.

Анализ данного опыта позволяет выделить ключевые образовательные эффекты участия студентов в реальных инициативах в креативных индустриях [4, с. 61-143].

Проект ревитализации Палехского льнозавода является частью масштабного креативного кластера «Палех-Парк», который в 2025 году стал победителем конкурса «Индустриальный эксперимент» Фонда Потанина. В практике реализации проекта можно выделить факторы, значимые для формирования проектных компетенций у студентов, обучающихся креативным профессиям.

Во-первых, вовлечение студенческой молодежи в действующие проекты. Летние воркшопы для студентов российских архитектурных вузов позволили задействовать молодых специалистов в генерировании идей, проектировании и непосредственном создании новых оригинальных локаций. Участникам было предложено на практике решать задачи по преобразованию заброшенного промышленного объекта в творческое пространство. Так, производственные помещения и водонапорная башня завода трансформировались в Центр дизайна и ремесел.

Во-вторых, работа с социальной памятью, как материальной (здания, локации, антиквариат, предметы и т.п.), так и нематериальной (легенды, нарративы, воспоминания, культурный код и т.п.). Проект включает исследование индустриальной истории завода, создание краеведческого лонгрида на основе изучения архивов и результатов интервью с бывшими сотрудниками. Принципиально важно привить молодому поколению уважение к истории, стремление сохранять природные, культурные и исторические достопримечательности.

В-третьих, общественное обсуждение, или применение «соучаствующего проектирования», когда творческая группа активно обсуждает с местными жителями свои проекты с целью учета мнения и инициатив «хозяев» территории. Данный подход нивелирует социальную напряженность, неизбежно возникающую при появлении активных «чужаков», позволяет раскрыть творческий и деловой потенциал местного сообщества, что в дальнейшем будет способствовать процветанию территории в социально-экономическом плане.

Проект «КАМОН в НК!» (Нижнекамск, Республика Татарстан)представляет собой мультиформатную социально-культурную инициативу компании «Нижнекамскнефтехим», входящей в группу СИБУР. Программа направлена на кардинальный ребрендинг Нижнекамска, включающий трансформацию его образа «нефтяной столицы» республики, типично промышленного, «заводского» города к креативному облику современного, интересного для молодежи, комфортного для обучения и творчества, вдохновляющего городского пространства.

Основные направления преобразования городской среды включают:

– создание открытой городской галереи: фасады ряда домов украшены масштабными муралами, отражающими темы семьи, экологии и достижений горожан; уникальным объектом стал портрет Д.И. Менделеева, выполненный из пластиковых крышек;

– запуск тематических трамвайных маршрутов, своего рода «передвижных энциклопедий», посвященных выдающимся российским химикам;

– создание интерактивной экспозиции об истории нефтехимии в музее Нижнекамска;

– развитие городского медиа «Бит», объединяющего жителей в социальных сетях.

В 2025 году проект вошел в шорт-лист международной коммуникационной премии PROBA Awards в номинации «Продвижение территорий».

Для подготовки управленческих кадров данный кейс ценен как пример комплексного подхода к продвижению территории, интегрирующего стрит-арт, цифровые технологии, общественный транспорт и музейные практики в единую коммуникационную стратегию. Инициативу поддержали другие компании региона (например, «Татнефть» создала муралы с элементами дополненной реальности).В проекте успешно реализованы механизмы государственно-частного партнерства в креативных индустриях, такой позитивный опыт на сегодняшний день является позитивным примером для внедрения в других регионах.

Проект «Охотники (за мамонтами) за образами из Костенок», реализованный студентами-волонтерами совместно с Государственным археологическим музеем-заповедником «Костенки», стал победителем Международной премии в туризме «РУПОР» (2026) и Национальной премии «Серебряный лучник» (2026). Проект ориентирован на привлечение молодежной аудитории к изучению истории и позиционируется как «живая лаборатория первых технологий, дизайна и сути выживания». Его ключевая особенность – сочетание науки, творчества и цифровых технологий, что дало импульс студентам воссоздать образы древнейшего поселения Европы в формате, релевантном поколению Z.

Проектная деятельность студентов включала исследовательский этап (работа с архивными материалами и научными публикациями, взаимодействие с научными сотрудниками музея), контентный этап (создание научно-популярного мультимедийного контента, включая видеоролики, где молодые люди проявили себя сразу во всех ролях: актеров, режиссера, оператора, сценариста), коммуникационный этап (разработка стратегии продвижения в социальных сетях) и рефлексивный этап (анализ результатов). Результаты проекта подтвердили его эффективность: рост подписной базы VK и Telegram; увеличение показателя вовлеченности (ER); увеличение общего времени просмотра на VK Видео; рост доли посетителей музея в возрасте 14–22 лет.

Ежегодный фестиваль, проводимый Государственным археологическим музеем-заповедником «Костенки», представляет собой пример событийного формата популяризации культурного наследия. Фестиваль вырос с локального мероприятия выходного дня на 300 гостей до крупного событийного формата, охватывающего более 3 тысяч посетителей. В 2024 году он стал победителем Russian Event Awards в номинации «Лучшее событие в сфере научно-популярного туризма». Программа фестиваля традиционно включает широкий спектр интерактивных форматов, интересных для молодежной аудитории:

– научно-просветительский блок: лекции археологов и научных сотрудников, экскурсии по экспозиции и к закрытым исследовательским площадкам;

– ремесленные и творческие мастер-классы, на которых участники создают предметы по древним технологиям; реконструкции от исторических клубов; старинные настольные игры;

– музыкальная программа: выступления народных коллективов; демонстрация старинных музыкальных инструментов; концерт хедлайнера, аутентичного тематике фестиваля;

– познавательные прогулки: пешие экскурсии по местности, включающие разнообразные темы: знакомство с городком Костенск в составе Белгородской оборонительной черты XVII в., драмами дореволюционной истории села, Костенковским плацдармом времен ВОВ.

Педагогическая значимость данного кейса заключается в том, что он демонстрирует комплексный образовательный потенциал событийного туризма: интеграцию научно-познавательного, художественно-творческого и рекреационного компонентов, работу с разновозрастной аудиторией (семьи с детьми, молодежь, пенсионеры), а также использование музейного пространства как «живой лаборатории» для проектного обучения. Ежегодно музей выступает площадкой для археологической практики студентов исторического факультета ВГУ, производственной и преддипломной практик студентов направления «Менеджмент» Воронежского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. В раках практик обучающиеся принимают участие в проектировании и организации мероприятий. Каждому студенту определяется блок работ соответственно его интересам, предоставляется свобода творчества и самовыражения, но под присмотром назначенного наставника. После окончания обучения наиболее инициативные и креативные практиканты трудоустраиваются в музей.

Проект «Из Волжского с любовью», реализованный студентами Волжского филиала Волгоградского государственного университета, представляет собой пример «гибридного» формата продвижения территории и, одновременно, актуальность «низовых» инициатив. В рамках проекта студенты придумали новую идею продвижения своей местности в мире, для чего был создан туристический сайт на трех языках (русском, немецком и английском), а основным инструментом распространения информации о территории выступила серия открыток с QR-кодом, ведущим на сайт. За полгода открытки были отправлены в более чем двадцать стран, получены многочисленные отклики и приветственные письма из самых разных уголков земли, включая Африку, Бразилию. Оригинальное сочетание физических артефактов и цифровых технологий как инструмент популяризации территории, предложенное молодыми людьми, оказалось эффективно работающим.

Опыт зарубежных университетов подтверждает эффективность проектного подхода в подготовке специалистов для креативных индустрий. В Университете прикладных наук Анхальта (Германия)

магистранты участвуют в решении бизнес-кейсов для организаций сфер культуры и туризма. Наиболее примечательным примером в их опыте является проект преображения историко-культурного объекта – частного замка Хохенеркслебен. Буквально пятнадцать лет назад он находился в тотальном запустении, но, при участии Университета была создана бизнес-модель, организован фонд и начались работы по проектированию новых событий на исторических площадках. В настоящее время замок представляет собой и музей, и многофункциональный развлекательный комплекс. На территории работают гостиница, ресторан, театр, ателье художника, проводятся конференции, творческие мастерские для детей, свадебные церемонии и концерты. Такая трансформация стала возможной во многом благодаря вовлечению студентов в реальные задачи управления, где они могли применить теоретические знания на практике.

Будущие управленцы разработали конкретные идеи для создания востребованного центра притяжения гостей, учитывая исторический вайб локации. Например, проведение Oldtimertreffen (встреч владельцев ретро-автомобилей), организация духовных практик и SPA, а также создание клуба формата «Bares für Rares», где люди продают антикварные ценности.

В 2025 году в рамках международного научно-практического семинара «Наука без границ», проводимого при поддержке Российско-немецкого центра СПбГЭУ выступила профессор Университета прикладных наук Анхальта К. Скотт с докладом на тему «Кейс-стади: замок Хохенеркслебен», в котором отметила: «Благодаря усилиям студентов, замок стал не только важным туристическим объектом, но и внес значительный вклад в развитие региона. Подобные проекты позволяют студентам развивать предпринимательские способности и формировать профессиональные компетенции» [11].

Выводы

Формирование проектных компетенций у обучающихся управленческих направлений подготовки в сферах культуры и туризма требует интеграции в образовательный процесс реальных проектных кейсов из практики креативных индустрий. Анализ успешных кейсов подтверждает, что участие в реальных проектах с высокими требованиями к качеству результата формирует устойчивые профессиональные компетенции, востребованные работодателями.

Студенческие инициативы выступают эффективным инструментом формирования проектных компетенций. В плане управления студенты приобретают навыки руководства проектом в условиях реальных ограничений (нулевой бюджет, реализация по модели Pro Bono, работа в команде). У них формируется проектное мышление: умение формулировать цель и задачи, планировать этапы, оценивать результаты, адаптироваться к изменяющимся условиям. Будущие управленцы осознают ценности культурного и исторического наследия и принимают на себя ответственность за его сохранение и популяризацию. Студенты развивают коммуникационные навыки, предметно общаясь с целевыми аудиториями, разнообразными партнерами проекта (бизнес-сообществом, органами исполнительной власти, учреждениями культуры и т.п.), СМИ.

Новая экономическая реальность требует освоения цифровых инструментов, поэтому актуально развивать у обучающихся цифровые компетенции: знание современных цифровых трендов, включая искусственный интеллект в профессиональной сфере; работа с платформами, таргетированная реклама и т.п.

Педагогическими условиями успешного формирования проектных компетенций выступают: гармоничное включение проектной деятельности в образовательный процесс; превалирование групповой и командной работы; поощрение самостоятельности и креативности; разработка института наставничества, способствующего формированию индивидуальной образовательной траектории обучающегося; обязательный мониторинг объективной обратной связи и стимулирование рефлексивной деятельности; применение современных технологий обучения, включая кейс-стади, воркшопы, хакатоны и семинары с привлечением работодателей. Особое внимание следует уделить вопросу организации наставничества в вузе, как наиболее эффективному подходу к сопровождению проектной деятельности студентов.

Профессиональная деятельность в креативных индустриях сопряжена с необходимостью уметь устанавливать междисциплинарные связи и реализовывать комплексный подход в проектировании. Вследствие этого, особый акцент при формировании учебных планов и создании новых образовательных программ желательно делать на развитие гибких навыков, проектного мышления, способности к работе в кросс-функциональных командах, а также на формирование компетенций в области культурного и стратегического проектирования, финансовой грамотности и навыков публичной коммуникации. Оптимально интегрировать в образовательные программы специальные модули по управлению креативными проектами, маркетингу территорий, взаимодействию с государственными и частными институциями, а также практико-ориентированные форматы обучения, что позволит будущим управленцам не только генерировать идеи, но и эффективно воплощать их в жизнь в условиях современной турбулентной социокультурной и экономической среды.

Конфликт интересов

Авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

Библиографический список

1. В СПбГУ открылась новая магистерская программа для креативной экономики // Московский комсомолец. СПб., 2026. 8 июня. URL: https://spb.mk.ru/social/2026/06/08/v-spbgu-otkrylas-novaya-magisterskaya-programma-dlya-kreativnoy-ekonomiki.html (дата обращения: 08.08.2026).

2. Гумерова Г.И., Шаймиева Э.Ш. Проектная деятельность, стартап-движение креативных индустрий как области наставничества в высшей школе // Управленческие науки. 2025. Т. 15, № 2. С. 146–166. DOI: 10.26794/2304-022X-2025-15-2-146-166.

3. Зеленцова Е.В., Гладких Н.М. Творческие индустрии: теории и практики. М. : Классика-XXI, 2010. 237 с.

4. Емельянова О.Я., Шершень И.В. Проектная деятельность в креативных индустриях. Кейсы культурно-туристских дестинаций. Воронеж : Воронежский государственный педагогический университет, 2026. 160 с.

5. Емельянова О.Я. Креативные индустрии : симбиоз традиций, новаторства и творческих исканий : монография / О.Я. Емельянова, И.В. Шершень. Воронеж : Издательство ВГУ, 2023. 173 с.

6. Емельянова О.Я., Шершень И.В. Развитие креативных индустрий в контексте экономики впечатлений // Регион: системы, экономика, управление. 2023. № 1. С. 146–153. DOI: 10.22394/1997-4469-2023-61-2-146-153

7. Емельянова О.Я., Шершень И.В. Участие образовательных организаций в формировании креативных индустрий // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л. Н. Толстого. 2015. № 3. С. 112–117.

8. Исследование роли образовательных организаций в формировании креативного пространства территории (на примере Воронежской области) : коллективная монография / отв. ред. И.В. Шершень. Воронеж : Издательство ВГПУ, 2015. 246 с.

9. Лэндри Ч. Креативный город. М. : Классика-XXI, 2011. 399 с.

10. Образовательные организации как фактор роста креативного потенциала и инновационного развития городов : монография / О.Я. Емельянова и др. ; под ред. И.В. Шершень. Воронеж : ВГПУ, 2016. 280 с.

11. СПбГЭУ. Гостевой доклад Корнелии Скотт в рамках семинара «Наука без границ». 2025. 7 июля. URL: https://unecon.ru/gostevoj-doklad-kornelii-skott-v-ramkah-seminara-nauka-bez-granicz/ (дата обращения: 08.08.2026).

12. Флорида Р. Креативный класс : люди, которые меняют будущее. М. : Классика-XXI, 2007. 421 с.

13. Экономика впечатлений: туристический менеджмент : онлайн-курс // Открытое образование высшая школа экономики. URL: https://openedu.ru/course/hse/EXPEC/?utm_medium=email&utm_source=UniSender&utm_campaign=254097763#about

14. Berube J., & Chiapello L. (2025). The Project in the Creative Industries. In Managing Projects in the Creative Industries. Taylor & Francis. DOI: 10.4324/9781003516309-2.

References

1. *V SPbGU otkrylas' novaya magisterskaya programma dlya kreativnoy ekonomiki* (2026) [A new master's program for the creative economy has been launched at St. Petersburg State University]. Moskovskiy komsomolets. St-Petersburg. Available from: https://spb.mk.ru/social/2026/06/08/v-spbgu-otkrylas-novaya-magisterskaya-programma-dlya-kreativnoy-ekonomiki.html (accessed 08.08.2026). (In Russian)

2. Gumerova, G.I., Shaymieva, E.Sh. (2025) Proektnaya deyatel'nost' v kreativnykh industriyakh kak pole nastavnichestva v vysshey shkole [Project activity in creative industries as a field of mentoring in higher education]. *Upravlencheskie nauki*. 15 (1), 112–126. Available from: 10.26794/2404-022X-2025-15-1-112-126. (In Russian)

3. Zelentsova, E.V., Gladkikh, N.M. (2010) *Tvorcheskie industrii: teorii i praktiki* [Creative industries: theories and practices]. Moscow, Klassika-XXI. 237 p. (In Russian)

4. Emelyanova, O.Ya., Sherschen, I.V. (2026) *Proektnaya deyatel'nost' v kreativnykh industriyakh. Keysy kul'turno-turistskikh destinatsiy* [Project activity in creative industries. Cases of cultural and tourist destinations]. Voronezh, Voronezh State Pedagogical University. 160 p. (In Russian)

5. Emelyanova, O.Ya., Sherschen, I.V. (2023) *Kreativnye industrii: simbioz traditsiy, novatorstva i tvorcheskikh iskaniy* [Creative industries: a symbiosis of traditions, innovation, and creative pursuits]. Voronezh, VSU Publishing House. 173 p. (In Russian)

6. Emelyanova, O.Ya., Sherschen, I.V. (2023) Razvitie kreativnykh industriy v kontekste ekonomiki vpechatleniy [Development of creative industries in the context of the experience economy]. *Region: sistemy, ekonomika, upravlenie*. no. (1), 146–153. (In Russian)

7. Emelyanova, O.Ya., Sherschen, I.V. (2015) Uchastie obrazovatel'nykh organizatsiy v formirovanii kreativnykh industriy [Participation of educational organizations in the formation of creative industries]. *Gumanitarnye vedomosti TGPU im. L. N. Tolstogo*. (3), 112–117. (In Russian)

8. Sherschen, I.V. (2015) *Issledovanie roli obrazovatel'nykh organizatsiy v formirovanii kreativnogo prostranstva territorii (na primere Voronezhskoy oblasti)* [Study of the role of educational organizations in the formation of a creative space in a territory (on the example of the Voronezh region)]. Voronezh, VGPU Publishing House. 246 p. (In Russian)

9. Landry, Ch. (2011) *Kreativnyy gorod* [The Creative City]. Moscow, Klassika-XXI. 399 p. (In Russian)

10. Emelyanova, O.Ya. et al. (2016*) Obrazovatel'nye organizatsii kak faktor rosta kreativnogo potentsiala i innovatsionnogo razvitiya gorodov* [Educational organizations as a factor in the growth of creative potential and innovative development of cities]. Voronezh, VGPU. 280 p. (In Russian)

11. *SPbGEU. Gostevoy doklad Kornelii Skott v ramkakh seminara «Nauka bez granits»* [Guest lecture by Cornelia Scott within the framework of the seminar "Science Without Borders"] (2025). Available from:

https://unecon.ru/gostevoj-doklad-kornelii-skott-v-ramkah-seminara-nauka-bez-granicz/ (accessed 08.08.2026). (In Russian)

12. Florida, R. (2007) *Kreativnyy klass: lyudi, kotorye menyayut budushchee* [The Rise of the Creative Class]. Moscow, Klassika-XXI. 421 p. (In Russian)

13. Ekonomika vpechatleniy: turisticheskiy menedzhment [Experience Economy: Tourism Management] : online course. *Otkrytoe obrazovanie Vysshaya shkola ekonomiki*. Available from: https://openedu.ru/course/hse/EXPEC/?utm_medium=email&utm_source=UniSender&utm_campaign=254097763#about (accessed 08.08.2026). (In Russian)

14. Berube, J., & Chiapello, L. (2025). *The Project in the Creative Industries*. In Managing Projects in the Creative Industries. Taylor & Francis. DOI: 10.4324/9781003516309-2. (In English)

Поступила в редакцию 31.07.2026
Подписана в печать 30.09.2026

Original article
UDC 378.14
DOI 10.47438/2309-7078_2026_3_104.

DEVELOPING PROJECT COMPETENCIES OF MANAGEMENT STUDENTS IN CULTURE AND TOURISM: METHODOLOGY AND PRACTICE

Olga Ya. Emelyanova[1], Inga V. Shershen [2]

Voronezh State Pedagogical University, Voronezh State University [1]
Voronezh, Russia
Synergy University[2]
Moscow, Russia

[1]*Cand. Pedagog. Sci., Docent of the Department of General Pedagogy, e-mail: olga-emel@rambler.ru*
[2]*Cand. Econom. Sci., Associate Professor of the Department of Economics, Tourism and Hospitality Management, Head of the Department of Service Economy, Tourism and Hospitality Industry, ORCID ID: 0009-0006-7765-3239, e-mail: inga_shershen@mail.ru*

Abstract. New socioeconomic challenges set a priority for higher education institutions to train highly qualified professionals who are aware of industry development trends, are able to solve practical problems, and possess up-to-date toolsets. The rapid growth of creative industries and the increasing demand for experience-driven practices require new methodological approaches to training future specialists in this field. The aim of the study is to identify effective mechanisms for developing professional competencies in students based on the analysis of real project cases. The article provides an overview of existing student training programs in creative fields at leading domestic and foreign universities, as well as an analysis of creative projects that have won Russian and international competitions. Based on the study's findings, pedagogical conditions for the effective development of professional competencies have been identified; the importance of supporting student initiatives has been emphasized, as has the need to introduce project-based activities with the involvement of employers and to strengthen the role of mentoring, as well as the relevance of mastering digital competencies in creative work. Introducing programs, courses, and modules into the educational process at universities that meet the demands of the experience economy is a necessary response to the dynamics of the sociocultural and economic environment, which is in need of creative professionals of a new level.

Key words: project-based activities, creative industries, professional education, student initiatives, project management, cultural and tourist destinations, project competencies.

Cite as: Emelyanova, O.Ya., Shershen, I.V. (2026) Developing project competencies of management students in culture and tourism: methodology and practice. *Izvestia Voronezh State Pedagogical University*. (3), 104–110. (In Russ., abstract in Eng.). DOI: 10.47438/2309-7078_2026_3_104.

Received 31.07.2026
Accepted 30.09.2026