

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ МИХАИЛА МАТУСОВСКОГО»

Кафедра менеджмента

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Уровень высшего образования – магистратура

Направление подготовки – 51.04.03 Социально-культурная деятельность

Программа магистратуры - Управление проектами в социально-культурной сфере

Форма обучения - очная

Год набора – 2023 год

Луганск 2023

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ОПОП и ФГОС ВО направления подготовки 51.04.03 Социально-культурная деятельность, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06.12.2017 г. № 1185.

Программу разработала Н.В. Журавлева, старший преподаватель кафедры менеджмента

Рассмотрено на заседании кафедры менеджмента (Академии Матусовского)

Протокол № 1 от 28.08.2023 г.

Заведующий кафедрой

В.В. Аронова

СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка	4
2. Цели и задачи освоения дисциплины	4
3. Место дисциплины в структуре опоп во	5
4. требования к результатам освоения дисциплины	6
5. Структура учебной дисциплины	7
6 содержание дисциплины	7
6.1 лекционный материал	7
6.2 темы и задания для подготовки к практическим занятиям	9
7. Содержание самостоятельной работы	12
7.1 Темы и задания для самостоятельных занятий	12
8. Оценочные средства для контроля успеваемости Студентов	14
8.1 тестовые задания	14
8.2 вопросы к зачету	18
9. Методы обучения	19
10. Критерии оценивания знаний студентов на зачете	20
11. Методическое обеспечение, учебная и рекомендуемая Литература	21
12. Материально-техническое обеспечение и информационные технологии	23

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Арт-менеджмент: тенденции развития» является факультативной частью дисциплин ОПОП ФГОС ВО, (уровень магистратуры) и предназначена для изучения студентами 1 курса (II семестр) по направлению подготовки 51.04.03 Социально-культурная деятельность, программа магистратуры «Управление проектами в социально-культурной сфере» и адресована студентам 1 курса (2 семестр) Академии Матусовского. Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента.

Успешное изучение дисциплины базируется на освоении теоретического и практического учебного материала по следующим дисциплинам, формирующим у обучающихся знания, умения и навыки в области социально-культурной деятельности: «Теория и практика социально-культурного проектирования», «Современный стратегический анализ», «Управленческая экономика», «Event-менеджмент в сфере культуры», «Обеспечение проекта в социально-культурной сфере».

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме:

устная (устный опрос);
письменная (письменный опрос (тестирование), выполнение практических заданий и т.д.).

Итоговый контроль в форме зачета (2 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 20 часов, практические занятия – 20 часов, самостоятельная работа – 32 часа

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения курса «Арт-менеджмент: тенденции развития» является раскрытие теоретических основ профессиональной деятельности арт-менеджера, знакомство с современными требованиями к деятельности специалиста сферы культуры и искусства, а также условиями работы над творческими проектами, особенностями маркетинговой, финансовой, управленческой и художественной деятельности.

Задачи дисциплины:

- дать основные теоретические знания в области менеджмента культурной сферы.
- раскрыть взаимосвязь в формировании духовных и материальных потребностей общества и показать, как она осуществляется на примере деятельности учреждений социально-культурной сферы.
- привить практические навыки, полезные для осуществления управленческой деятельности в организациях социально-культурной сферы.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Арт-менеджмент: тенденции развития» является факультативной частью дисциплин ОПОП ФГОС ВО (уровень магистратуры) и адресована студентам направлению подготовки 51.04.03 Социально-культурная деятельность, программа магистратуры «Управление проектами в социально-культурной сфере».

Основывается на базе дисциплин: «Теория и практика социально-культурного проектирования», «Современный стратегический анализ», «Управленческая экономика».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Event-менеджмент в сфере культуры», «Обеспечение проекта в социально-культурной сфере», подготовка ВКР.

Освоение дисциплины будет необходимо при прохождении практик: ознакомительной, научно-исследовательской, проектной, преддипломной, подготовке к государственной итоговой аттестации.

В программе учтены междисциплинарные связи с другими учебными дисциплинами.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО направления подготовки 51.04.03 Социально-культурная деятельность, программа магистратуры «Управление проектами в социально-культурной сфере»: ПК-4.

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы	Результаты работы
ПК-4	Способен к реализации социально-культурных и художественно-творческих программ в социокультурной сфере	ПК-4.1. Разрабатывает и реализует арт-проекты, учитывая миссию организации, социальные проблемы и правовые аспекты, а также оценивает их художественную и социальную значимость, применяя технологии арт-менеджмента.	знать специфику и функциональные особенности деятельности арт-менеджера; особенности разных видов и жанров искусства, его функции и предназначение; сущность художественно-творческой деятельности; современные формы организации искусства; специфику маркетинговой деятельности в подготовке и реализации арт-продуктов; уметь формулировать стратегические цели (с учетом миссии разных организаций); определять актуальные социальные проблемы в разработке идеи и концепции арт-проекта; применять технологии арт-менеджмента в проектировании организационной структуры; разрабатывать концепцию арт-проектов и программ; владеть информацией о нормативных

			документах и основных правовых актах в сфере культуры; навыками планирования; способами организации художественно-творческой деятельности и социально-культурных программ; анализа эффективности управления; оценки художественной и социальной значимости арт-проектов и программ.
--	--	--	--

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия разделов и тем	Количество часов				
	очная форма				
	всего	в том числе			
		л	п	с.р.	конт
1	2	3	4	5	6
Тема 1. Общие категории арт-менеджмента, их взаимосвязь и специфика	14	4	4	6	-
Тема 2. Базовые категории рынка и рыночных отношений в арт-индустрии	14	4	4	6	-
Тема 3. Механизмы финансирования в арт-индустрии	14	4	4	6	-
Тема 4. Тенденции развития культурной политики и особенности ее развития в России	14	4	4	6	-
Тема 5. Профессиональные функции и обязанности арт-менеджера	16	4	4	8	-
Общее количество часов за семестр:	72	20	20	32	-

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Общие категории арт-менеджмента, их взаимосвязь и специфика

Введение в арт-менеджмент. Междисциплинарный характер современного арт-менеджмента. Развитие арт-индустрии как сферы профессиональной деятельности. Связь искусства с разными предметными областями. Интеграция эстетической и организационно-управленческой деятельности.

Сущностная характеристика искусства: история и современность. Особенности отношения к искусству на разных этапах исторического развития европейской культуры. Понятия «искусство» и «культурная индустрия». Состав видов искусства. Выразительность как основное проявление творческого начала.

Литература: [10; 1; 32; 22; 23; 45; 18]

Тема 2. [Базовые категории рынка и рыночных отношений в арт-индустрии](#)

Коммерциализация культуры. Маркетинг как часть процесса управления.

Взаимодействие рынка и культуры. Маркетинг. Продукты отрасли культуры и художественной деятельности. Традиционный (коммерческий) и некоммерческий маркетинговый процесс. Комплекс составляющих маркетинга: товар, цена, «раскрутка», размещение. Маркетинговый процесс и реклама художественных продуктов.

Становление арт-индустрии в сфере культуры и искусства.

Творческие индустрии. Галерейный арт-рынок, современный театр, организация фестивалей, культурный туризм, киноиндустрия, отраслевые рынки и выставочные проекты, промышленные коммерческие выставки.

Расцвет потребительских тенденций в искусстве.

Индустрия поп- и рок-музыки. Музыка как предмет потребления. Промоушен в музыке. Процесс организации и проведения шоу-программ.

Особенности диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии.

Сущность диверсификации. Способы диверсификации. Диверсификация продуктов деятельности.

Литература: [25; 35; 28; 20; 19; 17; 11; 36; 15; 27; 29; 7]

Тема 3. [Механизмы финансирования в арт-индустрии](#)

Основные источники финансирования в арт-индустрии.

Бюджетные и внебюджетные источники финансирования. Целевые бюджетные ассигнования. Средства фонда творческо-производственного и социального развития. Типы и модели финансирования сферы культуры. Межотраслевые и межрегиональные программы. Финансирование творческих проектов.

Привлечение внебюджетных источников финансирования в сферу культуры и искусства.

Поиск финансовых средств в условиях рыночной экономики (фандрайзинг). Благотворительные фонды. Меценатство и патронаж. Гранты и субсидии. Спонсорство. Спонсорство как часть маркетинга. Спонсорство как взаимовыгодное сотрудничество.

Литература: [40; 26; 41; 44; 3; 16; 38]

Тема 4. Тенденции развития культурной политики и особенности ее развития в России

Политика России в сфере культуры и ее государственно-правовое регулирование.

Особенности культурной политики постсоветского времени. Модели государственной политики переходного периода. Принципы конструктивного взаимодействия. Традиционные и новые направления государственного регулирования культурной политики в России. Принципы региональной культурной политики.

Регулирование авторских прав в Российской Федерации.

Защита прав на интеллектуальную собственность. Объекты авторских прав.

Культурная политика и ее границы. Модели государственной политики в сфере культуры. Типы взаимоотношения государства и сферы культуры. Классификация моделей досуга в сфере культуры. Цели современного общества в культурной сфере.

Литература: [14; 24; 37; 6; 34; 39]

Тема 5. Профессиональные функции и обязанности арт-менеджера

Обязанности арт-менеджера.

Арт-менеджер как представитель особой интеллектуальной профессии. Функции деятельности арт-менеджера. Оценка эффективности деятельности арт-менеджера как эффективного лидера. Ключевые роли арт-менеджера, предполагающие успех его деятельности. Социальная направленность арт-проектов. Основные критерии оценки арт-проекта.

Сущность лидерских качеств. Секреты успеха и причины неудач в команде менеджеров. Общие черты (компетенции) лидера. Модель основных личностных качеств арт-менеджера. Модель профессионально значимых качеств арт-менеджера. Профессионализм арт-менеджера в решении социокультурных проблем. Стратегия профессионального и личностного роста.

Литература: [8; 12; 33; 2; 4; 13; 31; 42; 9; 43; 21; 5]

6.2 Практические задания

Темы и задания для практических занятий во 2 семестре

Тема 1. Общие категории арт-менеджмента, их взаимосвязь и специфика

1. [Введение в арт-менеджмент.](#)
2. [Сущностная характеристика искусства: история и современность.](#)
3. [Функции искусства и специфика художественного творчества.](#)

Термины: арт-менеджмент, искусство, творчество, творческий проект

Выполнить:

Вопросы к подготовке устных сообщений:

1. В чем заключается специфика арт-менеджмента?
2. Поясните, какие области знаний интегрирует арт-менеджмент.
3. Объясните, почему арт-менеджмент существенно отличается от общего менеджмента.
4. В чем заключаются сущностная характеристика и цель искусства? Приведите исторические примеры философских воззрений на искусство.
5. Перечислите известных отечественных ученых, труды которых раскрывают сущность и значимость искусства в развитии личности.
6. Перечислите виды искусства. В каких видах искусства увеличивается «духовный» аспект, а в каких «материальный»?

Литература: [10; 1; 32; 22; 23; 45; 18]

Тема 2. Базовые категории рынка и рыночных отношений в арт-индустрии

1. Коммерциализация культуры. Маркетинг как часть процесса управления.
2. Взаимодействие рынка и культуры.
3. Становление арт-индустрии в сфере культуры и искусства.
4. Расцвет потребительских тенденций в искусстве.
5. Особенности диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии.

Термины: коммерциализация, маркетинг, рынок, коммерческий и некоммерческий маркетинговый процесс, товар, цена, «раскрутка», размещение, творческие индустрии, поп- и рок-музыка, промоушен, диверсификация.

Выполнить:

Вопросы к подготовке устных сообщений:

1. Чем отличается традиционный (коммерческий) маркетинговый процесс от маркетинга некоммерческой отрасли?
2. Перечислите основные составляющие маркетинга.
3. Почему изучение спроса на рынке становится первоочередной задачей при функционировании любого предприятия?
4. Потребители культуры – кто они?
5. Что понимается под творческими индустриями? Приведите примеры творческих индустрий.
6. Что в арт-индустрии понимается под сопутствующими основному продукту услугами?
7. Что следует понимать под туристическим продуктом?
8. Перечислите услуги, которые может предложить современный театр.
9. Сформулируйте цели и задачи стилеобразующих и коммерческих выставочных проектов.
10. Объясните, что представляет собой «событийность» как чрезвычайно важная составляющая фестивалей.

11. Как Вы полагаете, в чем особенность сбора информации при исследовании аудитории музыкальных конкурсов и концертов?

12. В чем особенность диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии?
Литература: [25; 35; 28; 20; 19; 17; 11; 36; 15; 27; 29; 7]

Тема 3. Механизмы финансирования в арт-индустрии

1. Основные источники финансирования в арт-индустрии.

2. Привлечение внебюджетных источников финансирования в сферу культуры и искусства.

Термины: источники финансирования, бюджетные, внебюджетные, ассигнования, привлечение, поиск, благотворительность, меценатство, патронаж, гранты, субсидии, спонсорство.

Выполнить:

Вопросы к подготовке устных сообщений:

1. Назовите источники финансирования бюджетных учреждений культуры.
2. Перечислите внебюджетные источники финансирования.
3. Назовите существующие типы финансирования культуры.
4. Какие модели финансирования получили развитие в разных государствах?
5. К какой модели финансирования относится финансирование культуры во Франции и Великобритании? В чем отличие?
6. Поясните, в чем заключается сущность фандрайзинга для работы организаций культуры.
7. Раскройте специфику деятельности благотворительных фондов (приведите пример).
8. Что такое гранты и субсидии?
9. За счет чего осуществляется собственная коммерческая деятельность учреждения культуры?
10. Что такое патронаж? Приведите пример.
11. Что такое субсидия? Какие виды субсидий Вам известны?
12. В чем проявляется специфика спонсорской поддержки?
13. Почему спонсорство является наиболее выгодным сотрудничеством в реализации совместных проектов? Приведите примеры.

Литература: [40; 26; 41; 44; 3; 16; 38]

Тема 4. Тенденции развития культурной политики и особенности ее развития в России

1. Политика России в сфере культуры и ее государственно-правовое регулирование.

2. Регулирование авторских прав в Российской Федерации.

3. Культурная политика и ее границы.

Термины: политика, государство, регулирование, принципы, авторское право, защита, интеллектуальная собственность, модели досуга.

Выполнить:

Вопросы к подготовке устных сообщений:

1. Каковы особенности формирования культурной политики в постсоветский период?
2. Охарактеризуйте основные законодательные и нормативные акты конца XX — начала XXI в., значимые для российской культуры.
3. Что понимается под единым культурным пространством?

4. Назовите принципы развития региональной культурной политики.
 5. В чем проявляется разграничение полномочий в области культуры между федеральными, региональными и местными органами власти?
 6. Перечислите объекты авторских прав.
 7. Что понимается под интеллектуальной собственностью?
 8. Охарактеризуйте основные типы наиболее распространенных нарушений авторских прав.
 9. Что необходимо для того, чтобы произведение охранялось авторским правом? В каких случаях может осуществляться свободное использование произведения?
 10. Приведите примеры моделей различных взаимоотношений государства и сферы культуры. Какая модель наиболее характерна для России?
 11. Как Вы полагаете, от чего зависит число создаваемых концертных организаций на современном этапе?
 12. Назовите особо ценные объекты культурного наследия народов России.
 13. Что характеризует социокультурную жизнь современной России?
- Литература: [14; 24; 37; 6; 34; 39]

Тема 5. Профессиональные функции и обязанности арт-менеджера

1. Обязанности арт-менеджера.
2. Сущность лидерских качеств.

Термины: арт-менеджер, функции деятельности, руководящие указания, лидер, роль, критерии, арт-проект, успех, команда, компетенции, модель, профессионализм, проблема, рост.

Выполнить:

Вопросы к подготовке устных сообщений:

1. Назовите общие и специфические функции арт-менеджера.
2. Что является основной базовой характеристикой деятельности арт-менеджера?
3. Какие качества личности свидетельствуют о прогрессивном характере лидера?
4. Опишите восемь основных ролей, формирующих идеальную команду менеджеров (по Р.М. Белбину).
5. Что понимается под лидерскими качествами арт-менеджера?
6. Перечислите функции лидера (концепция Дж. Эдейра).
7. Каков важнейший фактор развития лидера согласно теории У. Бенниса?
8. Что понимается под творческими (креативными) качествами личности?
9. Опишите модель основных личностных качеств арт-менеджера.
10. Охарактеризуйте показатели профессионально значимых качеств арт-менеджера.

Литература: [8; 12; 33; 2; 4; 13; 31; 42; 9; 43; 21; 5]

7. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Основными формами самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины «Арт-менеджмент: тенденции развития» является работа с основной и дополнительной литературой, самостоятельное выполнение заданий, подготовка к практическим занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях.

СР включает следующие виды работ:

работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной, научной литературы;

самостоятельное решение задач по изучаемой теме;

изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;

подготовка к практическим занятиям;

подготовка к зачету.

7.1 ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К САМОСТОЯТЕЛЬНЫМ ЗАНЯТИЯМ

Тема 1. Общие категории арт-менеджмента, их взаимосвязь и специфика

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическому занятию.

Выполнить:

Индивидуальное задание:

Социально-эстетическая значимость художественных идей.

Объясните, в чем проявляется своеобразие и оригинальность художественных идей произведений искусства в разные исторические периоды?

Литература: [10; 1; 32; 22; 23; 45; 18]

Тема 2. Базовые категории рынка и рыночных отношений в арт-индустрии

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическому занятию.

Выполнить:

Индивидуальное задание:

Становление арт-индустрии.

Раскройте Ваше отношение к современным формам организации и проведения выставочных проектов, фестивалей и других художественных событий.

Литература: [25; 35; 28; 20; 19; 17; 11; 36; 15; 27; 29; 7]

Тема 3. Механизмы финансирования в арт-индустрии

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическому занятию. Подготовка к дискуссии методом активного диалога.

Выполнить:

Индивидуальное задание:

Внебюджетные источники финансирования.

Приведите пример привлечения внебюджетных источников финансирования в сферу культуры и искусства.

Литература:[40; 26; 41; 44; 3; 16; 38]

Тема 4. Тенденции развития культурной политики и особенности ее развития в России

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическому занятию. Подготовка к дискуссии методом активного диалога.

Выполнить:

Индивидуальное задание:

Изучите распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р «О стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года». Исследуйте культурные достопримечательности ЛНР и предложите экскурсионный маршрут реализации культурно-познавательных программ для детей и молодежи.

Литература:

[14; 24; 37; 6; 34; 39]

Тема 5. Профессиональные функции и обязанности арт-менеджера

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическому занятию. Подготовка к дискуссии методом активного диалога.

Выполнить:

Индивидуальное задание:

Подготовка концепции арт-проекта.

1. Предложить свой арт-проект, описать идею.
2. Предложить состав команды проекта с описанием профессиональных требований к каждому члену команды.

Литература:

[8; 12; 33; 2; 4; 13; 31; 42; 9; 43; 21; 5]

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ

8.1 Тестовые задания

1. Благотворительность — это:

- а) благие побуждения, не требующие ничего взамен;
- б) гарантированные государством ассигнования;
- в) стабильное распределение финансовых ресурсов;
- г) конкретная модель поведения государства по отношению к сфере культуры.

2. Спонсорство — это:

- а) социальные проекты;
- б) финансовое обеспечение;
- в) взаимовыгодное сотрудничество;
- г) рекламные услуги;
- д) благотворительная деятельность.

3. К бюджетным источникам финансирования относятся:

- а) предпринимательская деятельность;
- б) средства, направленные на целевые программы;
- в) международные программы;
- г) благотворительность;
- д) премии, гранты.

4. Официальный статус учреждений культуры определяется:

- а) провозглашением миссии организации;
- б) диверсификацией производства;
- в) национальными культурными центрами;
- г) Конституцией Российской Федерации;
- д) местными органами управления.

5. На что не распространяются авторские права?

- а) идеи, концепции, принципы;
- б) произведения декоративно-прикладного искусства;
- в) географические и другие планы, эскизы;
- г) фотографические произведения;
- д) аудиовизуальные произведения.

6. Как называется модель, в которой государство ответственно за национальное достояние и престиж страны на международном уровне?

- а) бюрократическо-просветительская;
- б) частично государственная;
- в) национально-эмансипационная;
- г) литеральная;
- д) престижно-просветительская.

7. Концептуальная модель, в которой содержание досуговой деятельности связано с аксиологическими и эстетическими взглядами на мир:

- а) социологическая;
- б) эпистемологическая;

- в) терапевтическая;
- г) количественная;
- д) институциональная.

8. Характеристика профессиональной компетенции арт-менеджера:

- а) стимулирование творческой деятельности;
- б) осуществление контроля за производством;
- в) способность доверять членам команды;
- г) совмещение творческих и управленческих функций в одном лице;
- д) исследовательская работа по выявлению интересов аудитории.

9. Как специалист широкого профиля арт-менеджер призван:

- а) производить закупку и вести переговоры;
- б) проводить репетиционно-творческую работу;
- в) стимулировать инновационные движения в сфере культуры;
- г) собирать информацию и готовить рекламу;
- д) осуществлять аренду помещений и улаживать конфликты.

10. К какому спектру деятельности арт-менеджера относится концептуальная разработка творческого проекта?

- а) финансово-экономическому;
- б) юридически-правовому;
- в) проектно-технологическому;
- г) организационно-управленческому;
- д) маркетинговому.

11. Наиболее важный критерий оценки арт-проекта — это:

- а) реалистичность бюджета, обоснованность запрашиваемых средств;
- б) привлекательность проекта для потенциальных партнеров;
- в) грамотно сформулированная маркетинговая кампания;
- г) яркость и оригинальность проекта;
- д) способность проекта оказать существенное влияние на качество общекультурного развития личности.

12. Каким образом можно оценить сильные стороны лидера?

- а) наличие концепции конкретного проекта;
- б) правовое обеспечение (защита авторских прав);
- в) спонсорская поддержка;
- г) стратегическое планирование;
- д) маркетинговые действия.

13. На чем основано прогнозное проектирование?

- а) последовательных этапах работы;
- б) оперативных программах;
- в) разработке стратегии;
- г) определении тематики;
- д) организации творческой команды.

14. Установите связь между моделью и содержанием государственной политики в сфере культуры.

1. Государство провозглашает «нейтралитет». В формировании культурной жизни играют роль различные фонды.	а) Национально-эмансипационная.
2. Характерно развитие и сохранение самобытной культурной традиции (преобладает национализм и даже шовинизм).	б) Бюрократическо-просветительская.
3. Отличается абсолютной властью государства над культурой.	в) Частично-государственная.
4. Предполагает делегирование государством своих обязательств специальному органу — художественному совету.	г) Либеральная.
5. На государство возложена ответственность за национальное достоинство, связанное с престижем страны на международном уровне.	д) Престижно-просветительская

15. Изучите материал основных объектов авторских прав. Установите связь этих объектов.

1. Объекты, на которые распространяются авторские права.	а) Литературные произведения.
2. Объекты, на которые НЕ распространяются авторские права	б) Идеи и концепции.
	в) Принципы, методы.
	г) Способы решения организационных и иных задач.
	д) Произведения декоративно-прикладного искусства.
	е) Произведения живописи.
	ж) Государственные символы и знаки.
	з) Произведения народного творчества (фольклор).

16. Изучите особые качества разных видов искусства. Из перечисленных в таблице, выберите виды искусства, относящиеся к определенным группам: пространственным (или пластическим); временным; пространственно-временным.

1-я группа Виды искусства, произведения которых имеют предметный характер, создаются путем обработки вещественного материала, представляют собой неразвивающиеся во времени объемно-пространственные структуры.	а) Архитектура.
2-я группа Преимущественное значение имеет разворачивающаяся во времени композиция.	б) Изобразительные: живопись графика; скульптура; монументальное искусство; декоративно-прикладное искусство.
3-я группа Существуют при обеспечении пространственного построения, разворачивающегося во времени.	в) Киноискусство.
	г) Литература.
	д) Музыка.
	е) Танец (хореография).
	ж) Театр.
	з) Художественная фотография.
	и) Цирк.

17. Ниже приведены (условно) модели государственного финансирования сферы культуры (Г.Х. Шартран и К. Мак-Кафи). Установите связь этих характеристик.

1. Государство-«вдохновитель»	а) Экономическое положение работников культуры зависит от членства в официальных творческих союзах, превращая их в своего рода государственных служащих.
2. Государство-«патрон»	б) Посредством специальных государственных органов.
3. Государство-«архитектор»	в) Государство стимулирует вложения в сферу культуры.
4. Государство-«инженер»	г) Финансирует посредством управления «на расстоянии вытянутой руки», определяя общий уровень поддержки и выделяя соответствующие средства.

18. Соотнесите источники финансирования.

1. Бюджетные источники финансирования	а) Средства, направляемые на целевые программы. б) Международные программы: премии, гранты. в) Косвенное финансирование.
2. Внебюджетные источники финансирования.	г) Благотворительность. д) Предпринимательская деятельность. е) Средства бюджетов различного уровня.

19. Установите механизм отношений (в структуре организационных отношений).

Выстраивание отношений: 1. Между организацией и потенциальной аудиторией. 2. Между входящими в состав структурными подразделениями. 3. Между организацией с другими предприятиями (учреждениями).	а) Через систему законодательных и нормативных актов. б) Через систему договоров и распределительных актов администрации организации. в) Через систему маркетинга, ценообразования.
--	---

20. Установите связь между основными функциями менеджмента и их реализацией.

1. Планирование. 2. Организация. 3. Мотивация. 4. Контроль.	а) Распределение функциональных обязанностей работников, обеспечение всеми необходимыми материалами, финансовыми и информационными средствами и т.д. б) Прогнозирование управленческой деятельности, конкретизация ее целей и задач, форм и методов реализации. в) Определение и оценка реального положения дел в организации, эффективности ее деятельности, принятие рациональных решений. г) Побуждение к деятельности для достижения личных целей и целей организации.
--	---

8.2. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Понятие «арт-менеджмент». Специфика арт-менеджмента как вида профессиональной деятельности.
2. Междисциплинарный характер современного арт-менеджмента.
3. Понятие «арт-индустрия». Развитие арт-индустрии как сферы профессиональной деятельности.
4. Особенности интеграции эстетической и организационно-управленческой деятельности в арт-менеджменте.
5. Специфика функций арт-менеджмента.
6. Виды и жанры искусства. Функции искусства.
7. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности арт-менеджера.
8. Формирование системы управления и стратегическое планирование.
9. Подходы к созданию и реализации продуктов деятельности арт-менеджера.
10. Рынок и его основные понятия.
11. Маркетинговый процесс и реклама художественных продуктов.
12. Творческие индустрии. Современные формы организации искусства.
13. Условия и особенности диверсификации результатов деятельности в сфере искусства как специфического продукта труда.
14. Основные источники финансирования.
15. Роль государства в финансировании культуры.
16. Основные типы и модели финансирования культуры.
17. Внебюджетные источники финансирования. Организация фандрайзинга.
18. Благотворительные фонды, меценатство и патронаж в арт-индустрии. Гранты и субсидии.
19. Спонсорство как взаимовыгодное сотрудничество.
20. Особенности культурной политики постсоветского времени и актуальные проблемы в деятельности учреждений культуры.
21. Традиционные и новые направления государственного регулирования культурной политики в России.
22. Принципы региональной культурной политики.
23. Классификация взаимоотношений государства и культуры.
24. Нормативно-правовые основы арт-менеджмента на современном этапе.
25. Социокультурная жизнь современной России.
26. Оценка эффективности деятельности арт-менеджера как эффективного лидера в современных условиях.
27. Ключевые роли арт-менеджера, предопределяющие успех его деятельности.
28. Секреты успеха и причины неудач в команде менеджеров.
29. Модель основных личностных качеств руководителя.
30. Модель профессионально значимых качеств арт-менеджера.

9. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Изучение дисциплины «Арт-менеджмент: тенденции развития» осуществляется студентами в ходе прослушивания лекций, участия в практических занятиях, а также посредством самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

Лекции по дисциплине проводятся в соответствии с рабочей программой, с использованием демонстрационного сопровождения, которое содержит значительное количество рисунков, схем, таблиц, наглядного материала. С целью активизации учебно-познавательной деятельности студентов при изложении теоретического материала применяются активные методы обучения, которые опираются не только на процессы восприятия, памяти, внимания, а прежде всего на творческое, продуктивное мышление: проблемные лекции, имитационно-моделирующие занятия, обсуждения проблемных вопросов. В ходе проведения лекции студенты конспектируют материал, излагаемый преподавателем, записывая подробно базовые определения и понятия.

Практические занятия проводятся с помощью обучающих тренингов, решение кейсов, применение тестовых технологий, решение творчески прикладных ситуаций, проведения современных мультимедийных презентаций, с применением активных методов обучения в форме посещения учреждений социально-культурного типа.

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие методы образовательных технологий:

методы ИТ – использование Internet-ресурсов для расширения информационного поля и получения информации, в том числе и профессиональной;

междисциплинарное обучение – обучение с использованием знаний из различных областей (дисциплин) реализуемых в контексте конкретной задачи;

проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний для решения конкретной поставленной задачи;

обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента посредством ассоциации их собственного опыта с предметом изучения.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
зачтено	Студент показывает знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляется с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим незначительные погрешности в ответе. Студент посещает лекционные и практические занятия, активно участвует в обсуждении вопросов, рассматриваемых на занятиях, инициативно выступает с докладами, свободно владеет основным материалом по программе дисциплины, основными понятиями и категориями курса, ориентируется в основной и дополнительной литературе по предмету, демонстрирует практические умения и навыки по разработке содержания социально-культурных программ.
не зачтено	Студент при ответе на заданные вопросы не способен показать знания основных вопросов дисциплины, он не владеет основными категориями и понятиями дисциплины, а также практическими умениями и навыками по разработке содержания социально-культурных программ.
Тестовое задание	
зачтено	Студент ответил на 30-100% вопросов.
не зачтено	Студент ответил на 0-29% вопросов.

11. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Арутюнова, А. Арт-рынок в XXI веке. Пространство художественного эксперимента. 2-ое изд. испр. и доп. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. -226 с.
2. Байрнс, Уильям, Дж. Менеджмент и культура: перевод с англ. И.Кушнаревой. Под научн. ред. И. Чубарова.М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. -622с.
3. Грэхем, Бенджамин. Разумный инвестор [Текст] : полное руководство по стоимостному инвестированию : перевод с английского : [0+] / Бенджамин Грэм. - Москва : Альпина Паблишер, 2018. - 568 с. (Международный бестселлер).
4. Дашкова, И. А., Ткаченко И. В., Захарченко Н.С. Менеджмент. Методы принятия управленческих решений. — М.: Юрайт. 2020. 276 с.
5. Джон, Адэр. Думай как лидер: Алгоритм принятия решений. Издание на русском языке. ООО «Альпина Паблишер», 2019. - 90с.
6. Драгичевич-Шешич, М., Стойкович Б. Культура: менеджмент, анимация, маркетинг. Новосибирск: Тигра, 2000. -227 с.
7. Жарков, А.Д. Продюсирование и постановка шоу-программ: учебник для студентов вузов культуры и искусств. М.: МГУКИ, 2009.
8. Жаркова, Л.С. Организация деятельности учреждения культуры: учебник для студентов вузов культуры и искусств. М.: МГУКИ, 2010. С. 19.
9. Командышко, Е.Ф. Арт-менеджмент в вопросах и ответах: учеб.-метод. пособие. М.: Военный университет, 2012. С. 50.
10. Командышко, Е.Ф. Арт-менеджмент: учебник / Е.Ф. Командышко. -2-ое изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2023. –249 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI: 10.12737/ 1852490. ISBN 978-5- 16-017422-8 (print), ISBN 978-5- 16-109965-0 (online)
11. Котлер, Филип. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее - к человеческой душе / Филип Котлер, Хермаван Картаджайя, Айвен Сетиаван ; [пер. с англ. А. Ю. Заякина]. - Москва : Эксмо, 2011. - 119 с.
12. Люханова, С.В. Принятие управленческих решений: учебное пособие. Москва/Берлин: Изд-во Директ-Медиа, 2021. -144с.
13. Новикова, Г.Н. Технологии арт-менеджмента: учеб. пособие. М.: МГУКИ, 2006. С. 25.
14. Региональная культурная политика: методология, институты, практики : Ценностно-нормативный подход: монография / И. И. Горлова, Т. В. Коваленко, А. В. Крюков и др.; отв. ред. А. Л. Зорин; Юж. ф-л Рос. науч.-иссл. ин-та культурного и природ. наследия им. Д. С. Лихачёва. – М.: Ин-т Наследия, 2019. – 206 с.
15. Смирнов, В.А. Энциклопедия макетирования. Хобби-Профессия- Бизнес. Руководство к действию. Учебное пособие. М.: Проспект, 2021.- 208 с.
16. Хаунина, Е.А. Создание и функционирование фондов целевого капитала (эндаумент-фондов) в сфере культуры в Российской Федерации. ВТЭ №2, 2018, с. 101–112
17. Чарная, И.В. Введение в экономику культуры: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: МГУКИ, 2010. С. 6.
18. Чижииков, В.М., Чижииков В.В. Теория и практика социокультурного менеджмента: учебник. М.: МГУКИ, 2008. С. 271.

Дополнительная литература:

19. Голден, Д. Спонсоры и посредники: общественные группы // Как продавать искусство: сб. статей: пер. с англ. Новосибирск: Сибирский хронограф, 2001. С. 195.
20. Как продавать искусство: сб. статей: пер. с англ. Новосибирск: Сибирский

хронограф, 2001. С. 46.

21. Кеннеди, К. Гуру менеджмента: кто есть кто в бизнес-элите / пер. с англ. Д. Ищенко. М.: АСТ: Транзиткнига, 2006. С. 26.

22. Коников, И.А. К вопросу о сущности эстетического // Эстетическое сознание личности. М., 1994. С. 72.

23. Краткий словарь по эстетике / под ред. М.Ф. Овсянникова. М.: Просвещение, 1983. С. 185.

24. Культурная политика в Европе: выбор стратегии и ориентиры. М., 2002. С. 9–11.

25. Массовая культура: учеб. пособие для студентов вузов / К.З. Акопян [и др.]. М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2004. С. 12.

26. Обзор современных базовых моделей государственной культурной политики см.: Востряков Л.Е. Роль государства в реализации культурной политики // Арт-менеджер. 2006. № 2 (14). С. 2.

27. Огурчиков, П.К., Падейский В.В. Product Placement как источник финансирования киноиндустрии // Экономические стратегии. 2001. № 5–6. С. 139.

28. Петреченков А.С. Маркетинг для немаркетологов: руководство по созданию успешных маркетинговых стратегий и увеличению прибыли. Москва: Эксмо. 2022. С.23.

29. Петрова Е.М. Галерейщица. Или как я ходила в искусство. Издательство: Бомбора, 2022. 208с.

30. Ричардс Г. Масштабы и значение культурного туризма в Европе // Арт-менеджер. 2003. № 1 (4). С. 68.

31. Спивак В.А., Гриднева М.А., Петров М.А. Совершенствование профессиональных стандартов на основе лидерских компетенций // Российское предпринимательство. 2018. Том 19. №6. С. 1839-1846.

32. Столович Л.Н. Жизнь-творчество-человек. Функции художественной деятельности. (над чем работают, о чем спорят философы). – М.: Политиздат, 1985. С.36.

33. Суминова Т.Н. Арт-менеджмент: К определению понятия / Культура и образование. 2013. № 1(10). С.103.

34. Устюжанина Л.В. О формировании модели потребительского поведения в сфере досуга // Экономическое и правовое регулирование сферы культуры в России: сб. науч. трудов. М.: МГУКИ, 2014. С. 54.

35. Флиер А.Я. Некультурные функции культуры. М.: МГУКИ, 2008. С. 208.

36. Хаус М. Комплекс маркетинга // Как продавать искусство: сб. статей: пер. с англ. Новосибирск: Сибирский хронограф, 2001. С. 54.

37. Целинский Б.П. Правовое регулирование в сфере культуры (международный и региональный аспекты) // Экономическое и правовое регулирование сферы культуры в России. М.: МГУКИ, 2014. С. 57–62.

38. Якубович Л.А., Нирская О.Ю. 100 вопросов о ТВ спонсорстве. М.: АСТ, 2021. -288с.

Интернет-источники:

39. Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года (от 29 февраля 2016 г. № 326-р). <http://static.government.ru/media/files/AsA9RAyYVAJnoBuKgH0qEJA9IxP7f2xm.pdf>

40. Указ Президента Российской Федерации «О мерах государственной поддержки культуры и искусства» <https://culture.gov.ru/documents/o-merakh-gosudarstvennoy-podderzhki-kultury-i-iskusstva/>

41. Федеральный закон «О государственном (муниципальном) социальном заказе на оказание государственных (муниципальных) услуг в социальной сфере» от 13.07.2020 № 189-ФЗ (последняя редакция) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_357066/

42. Авдеев П.С. Роли и функции лидера // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 10 [Электронный ресурс]. URL: <https://ekonomika.snauka.ru/2014/10/5863> (дата обращения: 12.09.2022).

43. Командышко, Е.Ф. Развитие культурно-творческой инициативы студентов вуза в условиях освоения арт-менеджмента // Педагогика искусства: электронный научный журнал. – 2009. - № 2. - URL: <http://www.art-education.ru / AE-magazine>.

44. Электронный источник: Государственная поддержка киноотрасли: <https://lektsii.org/3-113715.html>

45. Эстетика /Философская энциклопедия (в 5 томах, 196-1970). Под ред. Ф.В. Константинова. Электронное издание: <http://philosophy.niv.ru/doc/encyclopedia/philosophy/articles/1434/estetika.htm>

12.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. Для проведения лекционных и практических занятий используются специализированное оборудование, учебный класс, который оснащён аудиовизуальной техникой для показа лекционного материала и презентаций студенческих работ.

Для самостоятельной работы студенты используют литературу читального зала библиотеки Академии Матусовского, имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии, а также возможность использования компьютерной техники, оснащенной необходимым программным обеспечением, электронными учебными пособиями и законодательно-правовой и нормативной поисковой системой, имеющий выход в глобальную сеть Интернет.