

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
ИСКУССТВ»
КАФЕДРА ОБЩИХ ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНО-
ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН**

УТВЕРЖДАЮ



Проректор по учебной работе

/ М. М. Ахмедагаев /

«29» августа 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

Артменеджмент

Направление подготовки

53.03.05 «Дирижирование»

Направленность (профиль)

«Дирижирование оркестром народных инструментов»

Квалификация

Дирижер оркестра народных инструментов. Преподаватель.

Форма обучения – очная/заочная

Срок обучения

очная форма - 4 года

заочная форма – 5 лет

НАЛЬЧИК

2023

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Подготовка квалифицированного, конкурентоспособного на рынке труда специалиста, свободно владеющего своей профессией и ориентированного в смежных областях деятельности, готового к социальной и профессиональной мобильности. Содействие становлению профессиональной компетентности художественных руководителей творческих коллективов в области осуществления управленческой деятельности в изменившихся социально-экономических условиях. Формирование способности и готовности выполнять управленческие функции в организациях сферы культуры и искусства, в творческих союзах и обществах, образовательных учреждениях.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Блок 1. Дисциплины (модули). Элективные дисциплины.

3. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Дисциплина направлена на формирование универсальных компетенций:

- Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3).

- Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4).

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать: психологию общения, методы развития личности и коллектива; особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде; особенности поведения выделенных групп людей, с которыми осуществляет взаимодействие, учитывать их в своей деятельности; основные теории мотивации, лидерства; стили лидерства и возможности их применения в различных ситуациях; этические нормы профессионального взаимодействия с коллективом; о сущности языка как универсальной знаковой системы в контексте выражения мыслей, чувств, волеизъявлений; основы деловой коммуникации, особенности ее осуществления в устной и письменной формах на русском и иностранном(ых) языке(ах); основные типы норм современного русского литературного языка; особенности современных коммуникативно-прагматических правил и этики речевого общения; формы речи (устной и письменной); особенности основных функциональных стилей; языковой материал (лексические единицы и грамматические структуры) русского и минимум одного иностранного языка, необходимый и достаточный для общения в различных средах и сферах речевой деятельности; морфологические, синтаксические и лексические особенности с учетом функционально-стилевой специфики изучаемого иностранного языка.

Уметь: работать индивидуально и с группой, выстраивать отношения, психологически взаимодействовать с коллективом; определять свою роль в команде; принимать рациональные решения и обосновывать их; понимать свою роль в коллективе в решении поставленных задач, предвидеть результаты личных действий, гибко варьировать свое поведение в команде в зависимости от ситуации; ориентироваться в различных речевых ситуациях; адекватно реализовать свои коммуникативные намерения; воспринимать на слух и понимать основное содержание несложных аутентичных политических, публицистических (медийных) и прагматических текстов на иностранном языке, различных типов речи, выделять в них значимую информацию; понимать основное содержание иноязычных научно-популярных и научных текстов, блогов / веб-сайтов; детально понимать иноязычные общественно-политические, публицистические (медийные) тексты, а также письма личного характера; выделять значимую информацию из прагматических иноязычных текстов справочно-информационного и рекламного характера; делать сообщения и выстраивать монолог на иностранном языке; заполнять

деловые бумаги на иностранном языке; вести на иностранном языке запись основных мыслей и фактов (из аудиотекстов и текстов для чтения), запись тезисов устного выступления / письменного доклада по изучаемой проблеме; вести основные типы диалога, соблюдая нормы речевого этикета, используя основные стратегии; выполнять письменные проектные задания (письменное оформление презентаций, информационных буклетов, рекламных листовок, коллажей, постеров и т.д.) с учетом межкультурного речевого этикета. строить выступление в соответствии с замыслом речи, свободно держаться перед аудиторией, осуществлять обратную связь с ней; анализировать цели и задачи процесса общения в различных ситуациях профессиональной жизни.

Владеть: навыком составления плана последовательных шагов для достижения поставленной цели; навыками аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и полемики, навыком эффективного взаимодействия со всеми участниками коллектива; системой знаний о способах построения продуктивных форм взаимодействия педагога с учениками; : системой изучаемого иностранного языка как целостной системой, его основными грамматическими категориями; системой орфографии и пунктуации навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном(ых) языке(ах); способами установления контактов и поддержания взаимодействия в условиях поликультурной среды; иностранным(ми) языком(ами) для реализации профессиональной деятельности и в ситуациях повседневного общения.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общий объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы и включает в себя аудиторную (учебную: практическую), самостоятельную работу, а также текущую и промежуточную аттестацию. Дисциплина ведется в течение одного семестра.

Вид учебной работы (очная форма обучения)	Зачетные единицы	Количество академических часов	Формы контроля (по семестрам)	
			Экзамен	Зачет
Общая трудоемкость	2	72		2
Аудиторные занятия		34		
Самостоятельная работа		38		
Вид учебной работы (заочная форма обучения)	Зачетные единицы	Количество академических часов	Формы контроля (по семестрам)	
			Экзамен	Зачет
Общая трудоемкость	2	72		2
Аудиторные занятия		6		
Самостоятельная работа		66		

Контактная работа может быть как аудиторная, так и внеаудиторная:

- аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем — это работа обучающихся по освоению образовательной программы, выполняемая в учебных помещениях Института (учебных аудиториях, концертных залах, компьютерном классе и т. д.) при непосредственном участии преподавателя;
- внеаудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем — это работа обучающихся по освоению образовательной программы, когда взаимодействие

обучающихся и преподавателя осуществляется за пределами Института (например, посещение музеев, театров, концертных залов, участие в конференциях, экскурсиях и т.).

Аудиторная контактная работа в следующих формах (включая учебные занятия, направленные на проведение текущего контроля успеваемости):

- лекции и иные учебные занятия, предполагающие передачу учебной информации преподавателем обучающимся (далее — занятия лекционного типа);
- семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия (Далее вместе — занятия семинарского типа);
- выполнение курсовых работ по одной или нескольким дисциплинам (при наличии в учебном плане);
- индивидуальные и малогрупповые (2-3 человека) занятия и консультации, а также иные учебные занятия, предусматривающие индивидуальную работу преподавателя с обучающимся в процессе освоения профессиональных компетенций (в том числе руководство практикой и научно-исследовательской работой);
- групповые и малогрупповые консультации, предшествующие экзаменам, в период промежуточной аттестации;
- промежуточная аттестация обучающихся (экзаменационная сессия) и итоговая (государственная итоговая) аттестация обучающихся;

4.2. Содержание дисциплины, формы текущего, промежуточного, итогового контроля

№	Наименование раздела дисциплины	лекции	семинары	З/О	СРС	Форма контр
1.	Становление арт-менеджмента в России и за рубежом	8	4	2	13/22	семинар
2.	Особенности управления арт-индустрией	6	6	2	13/22	реферат
3.	Технологии арт-менеджмента	6	4	2	12/22	Устное сообщение
	Всего 72*	20	14	6	38/66	

*контактная работа: очное обучение – 36 час.; заочное обучение – 6 час.

5. Тематические разделы курса

Раздел 1. Становление арт-менеджмента в России и за рубежом

Тема 1. Введение в курс «Арт-менеджмент»

Тема 2. Становление арт-менеджмента за рубежом

Тема 3. Российский арт-менеджмент в системе мировой арт-индустрии.

Раздел 2. Особенности управления арт-индустрией

Тема 4. Музыкальный шоу-бизнес - часть арт-индустрии

Тема 5. Административная деятельность театрально-зрелищных предприятий

Тема 6. Творческо-производственная деятельность театрально-зрелищных предприятий

Тема 7. Нормативно-правовые основы арт-менеджмента

Тема 8. Профессионализм и мастерство арт-менеджера

Раздел 3. Технологии арт-менеджмента

- Тема 9. Понятие и сущность продюсирования*
Тема 10. Проектный менеджмент
Тема 11. Промоуин в сфере арт-индустрии
Тема 12. Бизнес-планирование творческого проекта
Тема 13. Студия грамзаписи как звено музыкального шоу-бизнеса
Тема 14. Эстрадный имидж исполнителя
Тема 15. Виды и классификация ночных клубов.
Тема 16. Технологии организации шоу-программ
Тема 17. Менеджмент гастрольной деятельности
Тема 18. Реклама в сфере арт-менеджмента
Тема 19. Инновационные технологии в сфере арт-индустрии

6. Методические рекомендации преподавателю

Преподаватель, читающий курс лекций по «Арт-менеджменту» должен опираться на литературу, указанную в основном и дополнительном списках. При кратком изложении вопроса (это относится к преподаванию на отделении заочного обучения) следует привести ссылку на литературу (название, номер главы, раздела, страницы), в которой указанный вопрос приведен более подробно.

Преподаватель, ведущий практические занятия, должен опираться на программу лекционного курса и содержание лекционного материала, соотносить со структурой курса выбор (или дополнение) тематики практических занятий. Применительно к заочному отделению темы практических занятий включаются в число контрольных срезов и тестов для самостоятельной подготовки студентов.

В процессе обучения рекомендуется применять следующие формы, средства и методы обучения:

- средства обучения – конспект лекций, учебная литература;
- формы обучения – лекции по теоретическому материалу, практические занятия, в том числе с использованием интерактивных форм;
- методы обучения – чтение лекций, семинары, индивидуальное консультирование.

В течение семестра студенты получают задания по подготовке к семинарам и выполнению контрольных тестов. Студенты отчитываются за каждое задание индивидуально.

Методические указания студентам

Глубокое и прочное усвоение курса предполагает активную деятельность студентов, как в аудитории, так и при самостоятельной работе. Лекционный материал раскрывает в основном теоретические аспекты рассматриваемых вопросов. Необходимо обращаться для дополнения лекционного материала к рекомендуемой преподавателем литературе.

Семинарские занятия направлены на выработку навыков и умений работы с литературными источниками, научно-справочными изданиями, с визуальными (изобразительными) источниками, содержащими уникальную информацию о процессах регионализации, о потенциале и ресурсах развития регионов. Индивидуальные задания должны выполняться строго в соответствии с графиком, установленным преподавателем.

Главное условие успешности в освоении учебной дисциплины – это систематические занятия.

- Для более полного понимания изучаемого материала следует задавать вопросы непосредственно на лекциях и практических занятиях.
- Домашние задания, которые предлагаются после каждого практического занятия, рекомендуется выполнять с опорой на рассмотренный материал на занятии и сразу же после занятия, это позволит установить, насколько усвоен материал;
- Полезно посещать все лекции, практические занятия и консультации;

- При конспектировании наиболее важный материал следует выделять особо (обвести в рамку, поставить на полях специальные символы и т.п.);
- При подготовке к аудиторной самостоятельной работе нужно просмотреть весь лекционный материал, вопросы, решаемые на практических занятиях и при самоподготовке, учесть рекомендации преподавателя к особенностям подготовки по отдельным темам;
- На экзамене в процессе подготовки к ответу по теоретическому вопросу целесообразно составить письменный план предстоящего ответа.

7. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости (промежуточной аттестации) при освоении дисциплины и учебно-методическое обеспечение СРС

В СКГИИ практикуется пятибалльная система оценки успеваемости обучающихся, которая позволяет преподавателю, как единовременно, так и накопительно, оценить уровень освоения материала обучающимися.

Краткие экспресс-вопросы, проводимые в конце каждой лекции, позволяют оценить только знания обучающихся, а развернутые ответы на семинарских занятиях, выполнение письменных работ, составление и решение тестов по тематическому блоку, позволяют определить уровень формирования компетенций посредством проверки умений и навыков работы с текстом, таблицами, в непосредственном контакте с коллективом и педагогом.

Планы семинарских занятий

Семинар 1. Российский арт-менеджмент в системе мировой арт-индустрии Семинар 1-3

1. Арт-индустрия в условиях рыночных отношений.
2. Становление арт-менеджмента за рубежом.
3. Российский арт-менеджмент: становление и развитие.

Семинар 2. Управление арт-индустрией

Семинар 4-6

1. Административная деятельность зрелищных мероприятий.
2. Творческо-производственная деятельность зрелищных мероприятий.
3. Нормативно-правовые основы арт-менеджмента.

Семинар 3. Реализация технологий менеджмента

Семинар 7-10

1. Продюсирование. Практический менеджмент.
2. Бизнес-планирование творческого коллектива.
3. Менеджмент гастрольной деятельности. Эстрадный имидж исполнителя.
4. Технологии организации шоу-программ. Реклама в сфере арт-менеджмента.

Примерная тематика рефератов

1. Арт-индустрия в условиях рыночных отношений.
2. Франция (XI в.) как носитель новой общественной идеи.
3. Развитие джаза за рубежом.
4. Становление рок музыки (середина XX в.) в Америке.
5. Мировая арт-индустрия как система.
6. Основные формы организации мирового искусства.
7. Роль мировой арт-индустрии в духовной жизни общества.

8. Особенности и характерные черты отечественной арт-индустрии.
9. Защита авторских прав.
10. Профессиональные объединения ведущих компаний-производителей
11. Перспективы развития российского шоу-бизнеса.
12. Шоу-бизнес как «индустрия развлечений».
13. Продукты и услуги сферы шоу-бизнеса.
14. Структура коммерческой деятельности в сфере шоу-бизнеса.
15. Понятие «художественно-творческая продукция».
16. Виды и типы художественно-творческой продукции:
17. Типичная структура творческой фирмы.
18. Искусство как сфера жизнедеятельности общества.
19. Жанры и виды искусства.
20. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности арт-менеджера.
21. Основные структурные элементы управления в сфере арт-индустрии.
22. Характеристика управленческих ролей арт-менеджера
23. Организационное оформление фирмы.
24. Суть административного управления организаций развлекательной сферы.
25. Понятие и сущность творческо-производственной деятельности.
26. Основные направления творческо-производственной деятельности предприятия развлекательной направленности.
27. Этапы планирования творческо-производственной деятельности:
28. Взаимодействие административного и художественного руководства.
29. Охрана интеллектуальной собственности как важнейшее направление деятельности арт-менеджера.
30. Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах».
31. Гражданско-правовые и иные меры защиты авторских

Вопросы для самостоятельной работы

1. Продукты и услуги сферы шоу-бизнеса
2. Структура коммерческой деятельности в сфере шоу-бизнеса
3. Понятие «художественно-творческая продукция».
4. Типичная структура творческой фирмы.
5. Управление как особый вид деятельности. Основные структурные элементы управления.
6. Требования к организации развлекательной направленности.
7. Принципы управления на предприятиях развлекательной сферы предприятия.
8. Организационная структура предприятия развлекательной сферы.
9. Основные направления творческо-производственной деятельности предприятия развлекательной направленности.
10. Этапы планирования творческо-производственной деятельности.
11. Взаимодействие административного и художественного руководства театрально-зрелищными предприятиями.
12. Виды деятельности арт-менеджера.
13. Профессиональные функции руководителя в сфере арт-индустрии.
14. Личные качества арт-менеджера и их характеристика.
15. Аспекты деятельности арт-менеджера.
16. Экономические и социальные условия продюсерской деятельности.
17. Цели, задачи и функции продюсерской деятельности.
18. Компоненты продюсерской деятельности.
19. Промоушн как вид маркетинговой деятельности.
20. Основные этапы продвижения продукции арт-индустрии на рынок услуг.

21. Основные функции промоутерской деятельности
22. Классификация ночных клубов.
23. Функции и принципы деятельности ночного клуба.
24. Комплектование развлекательной программы соответствует типу клуба и предпочтениям реальной клубной аудитории.
25. Аспекты деятельности концертного агентства при организации гастролей.
26. Факторы прямого и косвенного воздействия на организацию гастролей.
27. Специфика гастрольных туров.

Тестирование

1. Арт-рынок – это

- а) экономическая категория, подразумевающая общий порядок цен на художественные произведения того или иного автора, его инвестиционную привлекательность, посредничество заключения сделок купли-продажи произведений искусства;
- б) это полифункциональное явление, своеобразный регулятор взаимоотношения художника и публики, выполняющий ряд социальных функций;
- в) сфера деятельности, включающий в себя производство, сбыт произведений искусства и услуг в сфере культуры, сопряжённые секторы и потребительскую аудиторию.

2. Функции арт-рынка:

- а) информационная;
- б) посредническая;
- в) ценообразующая;
- г) стимулирующая;
- д) гуманистическая;
- е) регулирующая;
- ж) социокультурная.

3. Провенанс:

- а) информационная функция арт-рынка;
- б) история владения или биография художественного полотна (исторические документы, упоминания биографов);
- в) способ продажи товаров, при котором товар (или образцы его) предварительно выставляют для осмотра.

4. Ключевые составляющие художественного рынка:

- а) потребитель;
- б) художественный продукт;
- в) арт-дилер;
- г) художник.

5. Субъекты арт-рынка:

- а) арт-дилер;
- б) владелец галереи, салона;
- в) аукцион;
- г) художественные ярмарки;
- д) меценат;
- е) художественный продукт.

6. Регулирующая функция арт-рынка:

- а) регулирование спроса и предложения;
- б) ангажированность - один из критериев востребованности художника;
- в) направление развития национальной экономики (характер и уровень развития образования, массовой информации, законодательства в области культуры и искусства);

- г) осуществление продажи экспонируемых работ;
- д) побуждение производителей создавать нужные обществу экономические и культурные блага с наименьшими затратами и получать достаточную прибыль.

7. Арт-индустрия – это ...

- а) (от лат. art-, industria – деятельность) – сфера деятельности, сектор арт-рынка, включающий в себя производство, сбыт произведений искусства и услуг в сфере культуры, сопряжённые секторы и потребительскую аудиторию;
- б) это полифункциональное явление, своеобразный регулятор взаимоотношения художника и публики, выполняющий ряд социальных функций;
- в) (от лат. art-, industria – деятельность) – сфера деятельности, способ продажи товаров, при котором товар (или образцы его) предварительно выставляют для осмотра.

8. Последовательность исторических этапов становления арт-индустрии:

- а) появление различных развлекательных заведений;
- б) Трубадурское движение во Франции;
- в) новые музыкальные направления XX века (джаз, рок-опера).

9. Последовательность этапов развития художественного рынка:

- а) разделение арт-рынка на две сферы – сферу продаж мастеров прошлого и сферу продаж современных авторов;
- б) зарождение арт-рынка в Англии;
- в) развития арт-рынка в середине XIX столетия в Европе;
- г) новая волна подъема арт-рынка.

10. Матрица арт-рынка включает:

- а) структура художественного рынка;
- б) дилеры, торговцы произведениями искусства, выставки и галереи, распродажи и аукционы;
- в) издание каталогов и специальных журналов, реклама;
- г) государственное регулирование.

11. Современное состояние арт-рынка отличается:

- а) виртуализацией рынка;
- б) высокими ценами на произведения искусства;
- в) появление новых видов искусства;
- г) виртуальные аукционные системы;
- д) определяются центры мирового художественного рынка (Лондон, Нью-Йорк, Токио).

12. Аукцион – это

- а) от лат. auctio – продажа с публичного торга;
- б) публикация каталога товаров с указанием стоимости;
- в) способ продажи товаров, при котором товар предварительно выставляют для осмотра;
- г) способ продажи произведений искусства, антиквариата, раритетов, заявленных подлинниками.

13. Аукционные стринги – это ...

14. Самым старым аукционным заведением Европы является – это ...

- а) аукцион Доротеум;
- б) аукцион Sotheby's;
- в) аукционный дом Christie's;
- г) шведский аукцион Stockholm Auktionsverk (Стокгольм).

15. Функции художественной галереи:

- а) репрезентативная – галерея демонстрирует произведения «своих мастеров», организует выставки и проекты;
- б) коммерческая – осуществляет продажи экспонируемых в ее пространстве работ;

в) просветительская – публикует каталоги и буклеты проводимых выставок, выставляя «своих мастеров», пропагандирует и актуализирует современное искусство;

г) коммуникативная;

д) экспертная – оценивает эстетические качества произведений современного искусства в контексте экономических критериев, препятствует проникновению на рынок непрофессиональных работ и выступает своеобразным гарантом качества.

16. Факторы ценообразования. Цена произведения современного искусства зависит от:

а) имени художника;

б) рейтинга художественных структур;

в) спроса;

г) жив ли автор работ;

д) параметры: формат, техника;

е) уровня цен на золото;

ж) платежеспособности ее клиентов.

17. Художественный проект – это...

18. Виды участия государства в управлении арт-рынком:

а) законодательство;

б) учредительство;

в) администрирование;

г) стимулирование;

д) патронаж.

19. Базовым законом в области сохранения, использования и государственной охраны объектов культурного наследия является Федеральный закон от 25.06.2002 № 73-ФЗ

20. Специализации арт-менеджера:

а) художественный аспект деятельности арт-менеджера;

б) организационный аспект деятельности арт-менеджера;

в) маркетинговый аспект деятельности арт-менеджера;

г) финансовый аспект деятельности арт-менеджера;

д) нормативно-правовой аспект.

21. «Голубые фишки» рынка произведений искусства – это ...

22. Арт-банкинг – это ...

23. Фандрейзинг – это ...

Вопросы к экзамену по дисциплине «Арт-менеджмент»:

1. Понятие арт-менеджмента как вида управленческой деятельности.

2. Профессиональное назначение арт-менеджмента, его деятельность и профессиональные компетенции.

3. Понятие «профессиональная управленческая культура менеджера» и сущность его профессионального мастерства.

4. Понятие «проектная деятельность в сфере арт-менеджмента».

5. Основные подходы к социальному проектированию.

6. Сущность и принципы социокультурного проектирования.

7. Основные характеристики и этапы социально-культурного проекта.

8. Социокультурное проектирование как вид управленческой деятельности в сфере культуры и искусства.

9. История возникновения и развитие арт-менеджмента в России.

10. Организационно-управленческие технологии в арт-индустрии.

11. Создание коммерческих фирм в сфере культуры и искусства.

12. Технология создания арт-проекта.

13. Маркетинговые технологии в арт-менеджменте.
14. Технологии PR и реклама в арт-менеджменте.
15. Технологии формирования имиджа субъектов арт-индустрии.
16. Интеллектуальная собственность в арт-индустрии и охрана авторских прав.
17. Менеджмент и организация благотворительной деятельности в сфере культуры и искусств.
18. Антреприза как форма предпринимательской деятельности.
19. Задачи арт-менеджмента в сохранении самобытности народных ремесел.
20. Арт-менеджмент в структуре этнокультурной деятельности.
21. Фестивальный менеджмент в сфере любительского художественного творчества.
22. Арт-менеджмент концертных проектов в сфере популярной музыки.
23. Менеджмент в деятельности детских концертных организаций.
24. Технологии арт-менеджмента в культурно-досуговой индустрии.
25. Особенности арт-менеджмента в современной дискотеке.
26. Рекламные технологии в структуре арт-менеджмента.
27. Использование инструментария маркетинговых коммуникаций в арт-менеджменте.
28. Кадровые ресурсы арт-менеджмента.
29. Государственное управление культурой и искусством.
30. Механизмы финансирования арт-индустрии.
31. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности арт-индустрии.
32. Система мировой арт-индустрии и место в ней российского арт-менеджмента.
33. Стратегия и тактика в технологиях арт-менеджмента.
34. Арт-менеджмент в музейном, выставочном и экспозиционном деле.
35. Арт-менеджмент в изобразительном искусстве.
36. Арт-менеджмент культурно-просветительской и досуговой деятельности.
37. Арт-менеджмент в кинематографе.
38. Информационное обеспечение арт-менеджмента.
39. Проблема управления качеством в процессе создания социально-культурного проекта.
40. Содержание мотивации и формирование мотивационных условий в сфере арт-менеджмента.
41. Создание команды в процессе подготовки и реализации арт-проекта.
42. Технология франчайзинга в арт-менеджменте.
43. Программный подход как инструмент арт-менеджмента.
44. Коммерческие и некоммерческие проекты в арт-менеджменте.
45. Роль масс-медиа в арт-менеджменте и создании арт-проектов.
46. Инновационные технологии в сфере арт-менеджмента.
47. Арт-менеджмент в театральном деле.
48. Маркетинг, франчайзинг, реклама и PR как инструменты арт-менеджмента в театральном деле и гастрольной деятельности.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Включает в себя современную учебную и учебно-методическую литературу по управлению, избранную исследовательскую литературу, посвященную развитию арт-менеджмента, тексты и издания (включая электронные).

Информационные технологии, применяемые в освоении программы дисциплины

Информационные технологии реализуются посредством программного обеспечения и интернет-ресурсов, обеспечивающих прямой доступ к он-лайн конференциям, он-лайн лекциям, созданию тематических презентаций, слайд-шоу, электронным библиотекам, мультимедийным документам.

Электронные ресурсы:

www.coimties.ru/library.htm

www.gumer.info/bibliotek/INDEX

www.ido.rudn.ru

www.artclassic.edy.ru

www.e.lanbook.com

www.knigafund.ru;

Рекомендуемая литература

Основная

1. Андреев В.И. Саморазвитие менеджера / В.И. Андреев. - М.: Дело, 2014.
2. Закон РФ "Основы законодательства РФ о культуре" // Ведомости съезда народных депутатов РФ и ВС РФ. №46. 19.11.92.
3. Закон РФ "О музейном фонде РФ и музеях в РФ" //Собр. законод. РФ. № 22. 27.05.96.
4. Закон РФ об авторском праве и смежных правах //Коммерсант. № 18. 1993. 3-9 мая.
5. Международно-правовые документы по вопросам культуры / Сост. проф. А.С. Запесоцкий. СПб., 1996.
6. Как защитить интеллектуальную собственность в России. Правовое и экономическое регулирование: Справочное пособие. М.: ИНФРАМ, 2014.
7. Котляр Ф. Основы маркетинга/ Пер. с англ. - М. - СПб. - Киев, 2017.

Дополнительная

1. Абидаева Е. Составление и реализация планов мероприятий ("дорожных карт"), направленных на повышение эффективности сферы культуры / Е. Абидаева // Дом культуры. - № 6; № 7. - 2013.
2. Войтковский С.Б. Основы менеджмента и практический менеджмент в искусстве. М., 2000.
3. Галенская Л. Н. Музы и право: правовые вопросы в области культуры. М., 1991.
4. Галуцкий Г. М. Экономика культуры. М., 1991.
5. Дуликов В.З. Организационный процесс в социокультурной сфере. М.: МГУКИ, 2003.
6. Жарков А.Д. Технологии культурно-досуговой деятельности. М.: МГУКИ, 2000.
7. Жданова Е.И., Анчуриев А.К., Основы промоутерской деятельности в музыкальном шоу-бизнесе: Учеб. пособие. М.: МГУКИ, 2002.
8. Жданова Е.И., Иванов С.В., Кротова Н.В. Управление и экономика шоу-бизнеса. М.: Финансы и статистика, 2003.
9. Щенникова И. Культура и право. М., 1990.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины предполагает использование академической аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий с необходимыми техническими средствами (компьютер, проектор, доска).

Библиотечный фонд СКГИИ укомплектован всеми необходимыми печатными источниками, в том числе периодическими изданиями журналов по арт-менеджменту и смежным дисциплинам. Обеспечен доступ к сети интернет, где студенты имеют доступ к открытым электронным библиотекам, имеют возможность заочного участия в семинарах и конференциях, дистанционно принимать участие в он-лайн форумах по профильным дисциплинам ведущих вузов.

Рабочая программа составлена с учётом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 53.03.05 Дирижирование, направленность (профиль) «Дирижирование оркестром народных инструментов».

Протокол № 1
от 28 августа 2023 г.

Заведующий :профессор,к.к.



Шауцукова Л.Х.

Разработчик: профессор, д.э.н.



Модебадзе Н.П.

Эксперт профессор, к.ф.н.



Ахохова Е.А.