

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Рахаев Анатолий Измаилович
Должность: И. о. Ректора
Дата подписания: 28.08.2025 16:11:54
Уникальный программный ключ:
b049feef759df6f58f67585b9bb2502ddf293921

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,
профессор

_____ М.М.Ахмедагаев
«26» августа 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Артменеджмент

Направление подготовки

53.03.06 «Музыкознание и музыкально-прикладное искусство»

Направленность (профиль)

«Этномузыкалогия»

квалификация (степень) – бакалавр

Квалификация

Этномузыколог. Преподаватель.
Руководитель творческого коллектива.

Форма обучения – **очная**

Срок обучения

очная форма - **4 года**

Нальчик
2025

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины «Артменеджмент» освоение теоретических основ менеджирования в сфере художественно-зрелищного обслуживания, концертной деятельности государственных и негосударственных организаций, а также культурно-развлекательного бизнеса; овладение практическими умениями и навыками организации шоу-представлений, гала-конcertов, гастролей творческих коллективов.

Задачи дисциплины:

- осуществление функций специалиста, референта, консультанта, руководителя небольших структурных подразделений в государственных (муниципальных) органах управления культурой, в организациях сферы культуры и искусства (театры, филармонии, концертные организации и др.), в творческих союзах и обществах;
- работа с авторами (композиторами, аранжировщиками, инсценировщиками, либреттистами, поэтами и др.);
- рассмотрение авторских заявок и подготовка договоров, ведение их учета, контроль за выполнением договорных обязательств, привлечение для консультаций специалистов;
- участие в работе по организации творческих проектов (конcertов, фестивалей, конкурсов, мастер-классов, юбилейных мероприятий и др.);
- осуществление постоянной связи со средствами массовой информации (радио, телевидение, интернет, периодические издания) с целью пропаганды музыкального искусства и культуры;
- подготовка и публикация информационных материалов о творческой деятельности музыкального коллектива, автора музыкального произведения;
- участие в проведении пресс-конференций, других PR-акций;
- разработка тем лекций (лекций – concertов), выступление с лекциями, комментариями к исполняемым в лекциях-concertах произведениям в образовательных учреждениях, учреждениях культуры и др.;
- участие в формировании репертуара для артистов, творческих коллективов и организаций;
- осуществление консультаций при подготовке творческих проектов в области музыкального искусства и культуры; работа в газетах, журналах, информационных агентствах, на телевидении и радио, в сетевых СМИ, информационно-рекламных службах, структурах связей с общественностью; создание собственных материалов для СМИ, привлечение к сотрудничеству со СМИ культурной общественности и разных слоев аудитории;

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина входит в блок Б.1.В.В.03 (элективные дисциплины).

3. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) (знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности), соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО (компетенции):

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

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

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: психологию общения, методы развития личности и коллектива; приемы психической регуляции поведения в процессе обучения музыке; этические нормы профессионального взаимодействия с коллективом; механизмы психологического воздействия музыки на исполнителей и слушателей (УК-3);

о сущности языка как универсальной знаковой системы в контексте выражения мыслей, чувств, волеизъявлений; 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 (УК-4);

уметь: работать индивидуально и с группой, выстраивать отношения, психологически взаимодействовать с коллективом; понимать свою роль в коллективе в решении поставленных задач, предвидеть результаты личных действий, гибко варьировать свое поведение в команде в зависимости от ситуации (УК-3);

ориентироваться в различных речевых ситуациях; адекватно реализовать свои коммуникативные намерения; вести основные типы диалога, соблюдая нормы речевого этикета, используя основные стратегии; поддерживать контакты по электронной почте; выполнять письменные проектные задания (письменное оформление презентаций, информационных буклетов, рекламных листовок, коллажей, постеров и т.д.) с учетом межкультурного речевого этикета (УК-4);

владеть: навыком составления плана последовательных шагов для достижения поставленной цели; навыком эффективного взаимодействия со всеми участниками коллектива; системой знаний о способах построения продуктивных форм взаимодействия педагога с учениками (УК-3);

жанрами устной и письменной речи в разных коммуникативных ситуациях профессионально-делового общения; основными способами построения простого, сложного предложений на русском и иностранном языках (УК-4).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины, виды учебной деятельности и отчетности

Общая трудоемкость дисциплины (включая контактную работу) составляет 2 зачетные единицы и включает в себя аудиторную (учебную), самостоятельную работу, а также виды текущей и промежуточной аттестации.

Вид учебной работы	Зачетные единицы	Количество академических часов	Формы контроля (по семестрам)	
			зачет	экзамен
Очная форма обучения				
Общая трудоемкость	2	72	6	
Аудиторные занятия		34		
Самостоятельная работа*		38*		

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 мелкогрупповые (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 мелкогрупповые 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 контроля

Очная форма обучения

Раздел и содержание	Интерактивные занятия			
	лекции	семинар	СРС	Формы контроля
<i>Раздел 1. Становление арт-менеджмента в России и за рубежом</i>				
Тема 1. Введение в курс «Артменеджмент»	1	-	2	
Тема 2. Становление арт-менеджмента за рубежом	1	-	2	
Тема 3. Российский арт-менеджмент в системе мировой арт-индустрии	2		2	Контрольный урок
<i>Раздел 2. Особенности управления арт-индустрией</i>				
Тема 4. Музыкальный шоу-бизнес - часть арт-индустрии	1	-	2	
Тема 5. Административная деятельность театрально-зрелищных предприятий	1	-	2	
Тема 6. Творческо-производственная деятельность театрально-зрелищных предприятий	2	-	2	

Тема 7. Нормативно-правовые основы арт-менеджмента	2	-	2	
Тема 8. Профессионализм и мастерство арт-менеджера	2	2	2	
Раздел 3. Технологии артменеджмента				
Тема 9. Понятие и сущность продюсирования	2	-	2	
Тема 10. Проектный менеджмент	1	-	2	
Тема 11. Промоушн в сфере арт-индустрии	1	-	2	
Тема 12. Бизнес-планирование творческого проекта	1	-	2	
Тема 13. Студия грамзаписи как звено музыкального шоу-бизнеса	2	-	2	
Тема 14. Эстрадный имидж исполнителя	2	2	2	Контрольный урок
Тема 15. Виды и классификация ночных клубов.	2	-	2	
Тема 16. Технологии организации шоу-программ	1	-	2	
Тема 17. Менеджмент гастрольной деятельности	1	-	2	
Тема 18. Реклама в сфере арт-менеджмента	2	-	2	
Тема 19. Инновационные технологии в сфере арт-индустрии	1	2	2	
Всего: 72 часа*	28	6	38	зачёт

* в том числе контактная работа – 36 ч. – лекции, семинарские занятия, консультирование при подготовке реферата, зачёт.

Содержание предмета

Концептуальные основы арт-менеджмента как вида управленческой деятельности в сфере культуры и искусства. Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности.

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

Тема 1. Введение в курс «Арт-менеджмент»

Введение в артменеджмент. Определение понятия арт-менеджмента. Цели и задачи артменеджмента как специфической сферы управления. Типы деятельности в арт-среде, коммерческая и некоммерческая составляющие арт-бизнеса. Качества, которыми должен обладать арт-менеджер. Азбука арт-менеджера Профессиональные участники арт-рынка и

взаимоотношения между ними. Конкуренция и партнерство. Источники финансирования в арт-бизнесе: меценатство, спонсорство, фандрайзинг.

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. Промоушн 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

4.3. Рекомендуемые образовательные технологии

Развитие современных информационных технологий и научно-методические изыскания последних лет дали возможность применения инновационных методов в преподавании дисциплины «Артменеджмент».

Применение базовых образовательных технологий (обучение в сотрудничестве, уровневое дифференцирование, информационные и коммуникационные технологии, проектная деятельность) направлены, прежде всего, на повышение качества подготовки студентов и развитие их творческих личностных качеств.

Интерактивные занятия: аудиторные и внеаудиторные включают в себя изучение дисциплины в сотрудничестве (обучение в команде, индивидуально-групповая работа), самостоятельная творческая работа студента проходит, также, в контакте с преподавателем и включает изучение методики работы с Интернет-технологиями (знакомство и исследование сети Интернет, посещение и изучение специальных сайтов, изучение профильной литературы и необходимой информации по менеджменту культуры и искусства).

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Главной формой учебной и воспитательной работы является интерактивные занятия с обучающимися: лекция, семинары и самостоятельная работа.

В ходе освоения дисциплины рекомендуется сочетание лекционно-теоретического и практически-поискового метода, что значительно повышает эффективность усвоения материала рабочей программы. Уровень знаний значительно оптимизирует система

подготовки по рекомендованной литературе, содержащей прямые ссылки на авторов изучаемых культурологических теории, философских систем, межкультурных практик.

Рекомендуемыми формами контроля эффективности изучения дисциплины являются семинарские занятия, тестирование, написание самостоятельных письменных работ, обобщающих определенный тематический раздел.

Рекомендации преподавателю:

1. изучение программного материала необходимо тесно связывать с практической работой студента в классе, учитывая при этом большое разнообразие методов работы;
2. научить свободному владению терминологией;
3. привить навыки преподавательской деятельности через умение грамотного изложения практического и теоретического материала;
4. научить правильно применять полученный материал в практике.

Методы и средства организации и реализации образовательного процесса:

Образовательный процесс по дисциплине «**Артменеджмент**» проводится:

- в форме контактной работы обучающихся с преподавателем;
- в форме самостоятельной работы обучающихся.

Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной.

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплинам (модулям) включает в себя:

- занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации;
- занятия семинарского типа (семинары, практические занятия (репетиции) и иные аналогичные занятия, и (или) групповые консультации;
- индивидуальную работу обучающихся с преподавателем.
- практические занятия (групповые, мелкогрупповые и индивидуальные),
- самостоятельная работа студентов;
- коллоквиум;
- консультация
- мастер-классы преподавателей и приглашенных специалистов;

Для реализации программы применяются следующие виды учебной работы:

Лекция. Используют различные типы лекций: вводную, мотивационную (способствующую проявлению интереса к осваиваемой дисциплине), подготовительную (готовящую студента к более сложному материалу), интегрирующую (дающую общий теоретический анализ предшествующего материала), установочную (направляющую студентов к источникам информации для дальнейшей самостоятельной работы), междисциплинарную. Содержание и структура лекционного материала должны быть направлены на формирование у студента соответствующих компетенций и соотноситься с выбранными преподавателем методами контроля.

Основными активными формами обучения профессиональным компетенциям, связанным с ведением педагогической деятельности, являются продолжающиеся на регулярной основе в течение всего периода обучения практические занятия.

Практическое занятие имеет разновидности: семинар и творческое интерактивное занятие.

- а) *Семинар* – практическое занятие, являющееся дополнением лекционных занятий.

Семинары могут проходить в различных диалогических формах – дискуссий, деловых и ролевых игр, анализа конкретных ситуаций.

- б) *Творческое интерактивное занятие* – индивидуальное, мелкогрупповое, групповое занятие, предполагающие приоритетное использование интерактивных форм обучения. Практические занятия являются основным видом занятий по дисциплине «Артменеджмент».

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.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа представляет собой обязательную часть программы дисциплины, выражаемую в зачетных единицах и выполняемую обучающимся в соответствии с заданиями преподавателя. Результат самостоятельной работы контролируется преподавателем. Самостоятельная работа может выполняться обучающимся в аудиториях, библиотеке, компьютерных классах, а также в домашних условиях. Самостоятельная работа обучающихся подкрепляется учебно-методическим и информационным обеспечением, включающим учебники, учебно-методические пособия, конспекты лекций, аудио и видео материалами и т.д.

Самостоятельная работа имеет творческий характер, так как в ее процессе реализуется собственный замысел студента, в результате чего ставятся и решаются задачи, выделяются новые, нестандартные методы их решения.

Рекомендации студенту:

1. пополнять информацию, полученную от педагога путем изучения дополнительной литературы,
2. пополнять информацию, полученную от педагога путем прослушивания аудио уроков, просмотра видеоматериалов.
3. рекомендуется чтение нескольких теоретических источников с творческим усвоением содержания, развитием умений обозначать проблемы, устанавливать

связи между исследуемыми явлениями и понятиями, применять нестандартные способы решения проблем, поиском недостающей информации в internet и использованием ее для подкрепления собственной позиции.

Поиск демонстрационного материала (презентации, НСО) по исследуемым вопросам должен осуществляться во всех имеющихся возможностях: читальном зале и библиотеке, фонотеке, в internet.

Студентам предлагается написать рефератов для развития навыков самостоятельной подготовки по следующим темам:

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.
30. деятельности арт-менеджера.
31. Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах».
32. 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 ...

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

При разработке критериев оценочных средств для контроля качества изучения данной дисциплины учитываются все виды связей между специальными знаниями, умениями и владениями в области хореографического искусства, и знаниями, сформированными у обучающихся в процессе изучения дисциплин профессионального цикла. Основными видами контроля успеваемости обучающихся являются: контрольная работа, зачет.

Итоговый контроль знаний осуществляется педагогом и проходит в форме зачета.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций при проведении семинара (дискуссии):

- оценка **«отлично»**: обучающийся демонстрирует полное понимание материала, дает верные определения основных понятий, корректно использует терминологический аппарат, может обосновать свои суждения. Обучающийся приводит примеры не только из рекомендуемой литературы, но и самостоятельно составленные, демонстрирует способности анализа и высокий уровень самостоятельности. Занимает активную позицию в дискуссии;

- оценка **«хорошо»**: обучающийся демонстрирует полное понимание материала, дает верные определения основных понятий, корректно использует терминологический аппарат, может обосновать свои суждения. Обучающийся приводит примеры и демонстрирует высокий уровень самостоятельности, устанавливает причинно-следственные связи обсуждаемых проблем;

- оценка **«удовлетворительно»**: обучающийся слабо ориентируется в материале, допускает ошибки и неточности в определении основных понятий, преимущественно корректно использует терминологический аппарат. Обучающийся недостаточно доказательно и полно обосновывает свои суждения, с затруднением приводит свои примеры;

- оценка **«неудовлетворительно»**: обучающийся не ориентируется в материале, допускает ошибки и неточности в определении основных понятий, некорректно использует терминологический аппарат. Обучающийся не приводит примеры к своим суждениям. Не участвует в работе.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций по результатам проведения зачета:

- оценка **«зачтено»**: обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание материала, свободно выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, усвоивший основную и дополнительную литературу. Обучающийся выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, на уровне не ниже базового;

- оценка **«не зачтено»**: обучающийся демонстрирует незнание материала, не выполняет задания, предусмотренные программой.

Вопросы к зачету по дисциплине «Артменеджмент»:

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.
15. Интеллектуальная собственность в арт-индустрии и охрана авторских прав.
16. Менеджмент и организация благотворительной деятельности в сфере культуры и искусств.
17. Антреприза как форма предпринимательской деятельности.
18. Задачи арт-менеджмента в сохранении самобытности народных ремесел.
19. Арт-менеджмент в структуре этнокультурной деятельности.
20. Фестивальный менеджмент в сфере любительского художественного творчества.
21. Арт-менеджмент концертных проектов в сфере популярной музыки.
22. Менеджмент в деятельности детских концертных организаций.
23. Технологии арт-менеджмента в культурно-досуговой индустрии.
24. Особенности арт-менеджмента в современной дискотеке.
25. Рекламные технологии в структуре арт-менеджмента.
26. Использование инструментария маркетинговых коммуникаций в артменеджменте.
27. Кадровые ресурсы арт-менеджмента.
28. Государственное управление культурой и искусством.
29. Механизмы финансирования арт-индустрии.
30. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности арт-индустрии.
31. Система мировой арт-индустрии и мест в ней российского артменеджмента.

32. Стратегия и тактика в технологиях арт-менеджмента.
33. Арт-менеджмент в музейном, выставочном и экспозиционном деле.
34. Арт-менеджмент в изобразительном искусстве.
35. Арт-менеджмент культурно-просветительской и досуговой деятельности.
36. Арт-менеджмент в кинематографе.
37. Информационное обеспечение арт-менеджмента.
38. Проблема управления качеством в процессе создания социально-культурного проекта.
39. Содержание мотивации и формирование мотивационных условий в сфере арт-менеджмента.
40. Создание команды в процессе подготовки и реализации арт-проекта.
41. Технология франчайзинга в арт-менеджменте.
42. Программный подход как инструмент арт-менеджмента.
43. Коммерческие и некоммерческие проекты в арт-менеджменте.
44. Роль масс-медиа в арт-менеджменте и создании арт-проектов.
45. Инновационные технологии в сфере арт-менеджмента.
46. Арт-менеджмент в театральном деле.
47. Маркетинг, франчайзинг, реклама и PR как инструменты арт-менеджмента в театральном деле и гастрольной деятельности.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями основной учебной литературы по специальным дисциплинам, соответствующем требованиям ОПОП бакалавриата, аудио-видео фондами, согласно профилю ОПОП.

Фонд дополнительной литературы помимо учебной включает официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания.

В библиотеке функционирует читальный зал.

Электронно-библиотечная система обеспечивает возможность индивидуального доступа, для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

1. Электронная библиотечная система «Лань» www.e.lanbook.com
2. Электронная библиотечная система «IPR books» www.knigafund.ru;
3. Электронная библиотечная система «Юрайт» коллекция «Легендарные книги»
4. Web of Science - поисковая интернет-платформа, объединяющая реферативные базы данных публикаций в научных журналах и патентов, в том числе базы, учитывающие взаимное цитирование публикаций

Студенты обеспечены учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам (модулям). Внеаудиторная работа также сопровождается методическим обеспечением с обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение.

Основная литература

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 литература

1. Абидуева Е. Составление и реализация планов мероприятий ("дорожных карт"), направленных на повышение эффективности сферы культуры / Е. Абидуева // 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.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных технологий, необходимых для осуществления образовательного процесса

- ✓ Электронно-библиотечная система Северо-Кавказского государственного института искусств
- ✓ International Music Score Library Project (www.imslp.org)
- ✓ электронный портал «Культура» (www.kultura-portal.ru)
- ✓ электронный федеральный портал «Российское образование» (www.edu.ru)
- ✓ база данных Российской Государственной библиотеки по искусству (www.liart.ru)
- ✓ электронный информационный ресурс российской Национальной библиотеки (www.rsl.ru)
- ✓ [Цифровой образовательный ресурс \(цифровая библиотека\) IPR SMART](#)
- ✓ [Электронно-библиотечная система Znanium](#)
- ✓ Системе анализа текстов на наличие заимствований (Антиплагиат) –
- ✓ <http://skgii.antiplagiat.ru>

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

СКГИИ, включая кафедру хореографии, располагает необходимым материально-техническим обеспечением для изучения дисциплины.

Аудитории и учебно-вспомогательные помещения находятся в рабочем состоянии, имеют необходимое оборудование. В институте используется современная беспроводная Wi-Fi технология соединения компьютеров к сети интернет.

Учебные аудитории профильной направленности оснащены:

аудиторной мебелью, видеопроекционной техникой; в том числе оборудованы персональным компьютером с выходом в сеть Интернет, интерактивной доской, звуковоспроизводящей и мультимедийными системами.

Институт располагает специальной аудиторией для данной дисциплины, оборудованной большим интерактивным экраном и соответствующим программным

обеспечением. При использовании электронных изданий обучающийся обеспечен рабочим местом в классе с выходом в Интернет.

Рабочая программа составлена с учётом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 53.03.06 Музыказнание и музыкально-прикладное искусство, направленность (профиль) «Этномузыкология».

Программа утверждена на заседании кафедры ОГСЭД от 27 июня 2025 года, протокол №10

Заведующий кафедрой:

профессор, к.к.

Разработчик:

профессор, д.э.н.

Эксперт:

профессор, к.ф.н.

Шауцукова Л.Х.

Модебадзе Н.П.

Ахохова Е.А.