


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Кудинова Анна Васильевна  
Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы  
Дата подписания: 17.06.2017 10:01:52  
Уникальный программный ключ:  
1366bab9c8f00d7373af5dae090acbec87d71fc

**Министерство культуры Российской Федерации**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ**  
**КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма  
Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ  
Зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы  
 А.В. Кудинова  
Протокол № 15 от «16» июня 2017 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.2 МЕНЕДЖМЕНТ В АРТ-БИЗНЕСЕ**

Направление подготовки – 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки  
Профиль подготовки – Арт-бизнес  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр  
Форма обучения – очная, заочная

Краснодар  
2017

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины «Менеджмент в арт-бизнесе» обучающимся очной и заочной формам обучения по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, профиль «Арт-бизнес», на 3-4 курсах, в 6,7 семестре. Дисциплина относится к вариативной части дисциплин по выбору.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, утвержденному приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21 апреля 2016 г. № 466, зарегистрированным Министерством юстиции РФ 18 мая 2016 г. № 32142 и основной профессиональной образовательной программой.

### **Рецензенты:**

Кандидат экономических наук,  
АНОО ВО «Кубанский социально-  
экономический институт»,  
Доцент кафедры предпринимательской  
деятельности

Белицкая О.В.

Кандидат экономических наук,  
доцент кафедры туризма КГИК

Абазян А.Г.

### **Составитель:**

Вицелярова К.Н., канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и информационных технологий КГИК

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры арт-бизнеса и рекламы «16» июня 2017 г., протокол №15.

Рабочая программа учебной дисциплины «Исследования в арт-бизнесе» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» «30» июня 2017 г., протокол №1

© Вицелярова К.Н., 2017  
© ФГБОУ ВО «КГИК», 2017

## Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	4
3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины	4
4. Структура и содержание дисциплины	5
4.1. Структура дисциплины	5
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	6
5. Образовательные технологии	16
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	18
6.1. Контроль освоения дисциплины	
6.2. Оценочные средства	
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины (модуля)	24
7.1. Основная литература	24
7.2. Дополнительная литература	24
7.3. Периодические издания	24
7.4. Интернет-ресурсы	24
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	24
7.6. Программное обеспечение	26
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	26
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)	27

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель** освоения дисциплины (модуля) – формирование у студента системного представления об управленческих аспектах арт-бизнеса, сформировать компетенции в области управления арт-индустрии, которые он мог бы успешно реализовать в своей профессиональной, научной и социальной деятельности.

### **Задачи:**

Познавательная – расширить представления студентов об основных направлениях менеджмента в арт-бизнесе, а также об этапах работы по созданию творческой программы и арт-продукции.

Воспитательная – научить принимать ответственные решения на основе полученных управленческих знаний.

Развивающая – сформировать культуру управленческого мышления, вооружить навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, описывающих рациональное поведение самостоятельных, ответственных субъектов, так и непосредственное практическое применение каждым человеком в своей собственной жизни.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к вариативной части дисциплин по выбору учебного плана по подготовке студентов направления 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки. Изучается на 3-4 курсе в 6,7 семестрах.

Изучение учебной дисциплины «Менеджмент в арт-бизнесе» базируется на сумме знаний, полученных студентами в ходе освоения основ арт-бизнеса, основ маркетинга и менеджмента, реклама в арт-бизнесе.

Приобретенные в ходе изучения данной дисциплины компетенции необходимы для последующего изучения таких дисциплин как: Краудфандинг и фандрайзинг в арт-бизнесе; Экспертный анализ в арт-бизнесе; Брендинг в арт-бизнесе; прохождения студентом производственных практик и написания выпускной квалификационной работы; в процессе решения круга задач профессиональной деятельности в дальнейшем.

Программа адаптирована для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

## 3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки (специальности):

ПК-3, ПК-8, ПК-9

### **а) Профессиональные**

ПК-3 способностью применять полученные знания в области искусств и гуманитарных наук в собственной научно-исследовательской деятельности

ПК-8 способностью работать в профессиональных коллективах, способностью обеспечивать работу данных коллективов соответствующими материалами при всех вышеперечисленных видах профессиональной деятельности;

ПК-9 владением навыками участия в разработке и реализации различного типа проектов в образовательных и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах.

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

**Знать:**

- место арт-бизнеса в системе современной науки об управлении и в социально-культурной сфере; нормативно-правовые основы управления в арт-бизнесе и уметь их применять в профессиональной деятельности; исторические особенности формирования и развития и современную ситуацию на арт-рынке Европы, США, РФ; организационно-экономические условия арт-бизнеса; важнейшие тенденции развития современного российского и мирового арт-рынка; особенности рынка современных и классических произведений изобразительного искусства, рынка антиквариата, музыкального шоу-бизнеса и кино-рынка;

**Уметь:**

- ориентироваться в ситуации на современном арт-рынке; принимать управленческие решения в соответствие с современной исторической и общественно-экономической ситуацией на мировом и российском арт-рынке; осуществлять руководство проектами и программами в области арт-бизнеса; организовать и провести презентационные мероприятия, направленные на продвижение креативных продуктов, идей в сфере искусства;

**Владеть:**

- терминологическим аппаратом учебного курса «менеджмент в арт-бизнесе»; технологиями проектирования и планирования в сфере менеджмента арт-бизнеса; технологиями аккумулирования и привлечения финансовых средств из различных источников; технологиями маркетинга в сфере искусства.

**Приобрести опыт деятельности:**

- в области арт-бизнеса и арт-индустрии;
- в области законодательной базы в сфере арт-бизнеса.

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ****4.1. Структура дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 ЗЕТ, 324 часов.

***По очной форме обучения***

№ п / п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	ИЗ	СР	
1	Менеджмент в арт-бизнесе. Место и назначение российского арт-менеджмента	6	1-3	36	36		63	Коллоквиум экзамен
2	Управление производственными процессами в сфере арт-бизнеса. Специфика отдельных видов арт-рынка в условиях развития современного российского общества	7	8-11	36	36		63	Контрольный срез

	<b>Вид итогового контроля</b>							Экзамен 54
	<b>Итого по дисциплине</b>			<b>72</b>	<b>72</b>			<b>126</b>

**По заочной форме обучения**

№ п / п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	ИЗ	СР	
1	Менеджмент в арт-бизнесе. Место и назначение российского арт-менеджмента	6		6	6		123	Дискуссия Brain- storm экзамен
2	Управление производственными процессами в сфере арт-бизнеса. Специфика отдельных видов арт-рынка в условиях развития современного российского общества	7		8	10		153	Дискуссия Метод проектов
	<b>Вид итогового контроля</b>							Экзамен 18
	<b>Итого по дисциплине</b>			<b>14</b>	<b>16</b>		<b>276</b>	

**4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы**

**По очной форме обучения**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов / з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
<b>6 семестр</b>			
<b>Раздел 1. Менеджмент в арт-бизнесе. Место и назначение российского арт-менеджмента</b>			
Тема 1 Понятия «арт-менеджмент», «арт-индустрии»	<u>Лекция:</u> Предмет, содержание, задачи курса «Менеджмент в арт-бизнесе». Арт-менеджмент как самостоятельная сфера деятельности. Объем и содержание терминов «арт-менеджмент», «арт-индустрия». Арт-индустрия в условиях рыночных отношений.	<b>6</b>	ПК-3, ПК-8, ПК-9

	<u>Практическая работа:</u> Основные составляющие управления в сфере искусства: цели и задачи, структура, закономерности, принципы, функции, методы.	6	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Специфика менеджмента в сфере искусства. Эволюция технологий арт-менеджмента.	11	
Тема 2 Жанры, виды и формы организации искусства и историческая ретроспекция их развития. Возникновение системы управления производственными процессами в искусстве	<u>Лекция:</u> Исторические аспекты и тенденции становления арт-индустрии за рубежом. Трубадурское движение во Франции. Написание музыки под заказ, жанровое разнообразие песен, наемные певцы, бродячие артисты. 18 в. – появление мюзик-холлов, варьете, кабаре, министрел-шоу. «Театр Монтасье». Театр «Водевиль». Рождение джаза. Становление рок-музыки. Рок-оперы.	6	ПК-3, ПК-8, ПК-9
	<u>Практическая работа:</u> Три этапа развития арт-рынка. Зарождение арт-рынка в Англии в конце XVII века. Второй период развития арт-рынка – зарождение матрицы арт-рынка, расширение арт-рынка. Третий период развития арт-рынка – признание авангарда «платежеспособным», усиление роли арт-критика.	6	
	<u>Самостоятельная работа:</u> История аукционных домов Европы и Америки. Современная мировая арт-индустрия как система: основные элементы, устойчивые взаимосвязи.	11	
Тема 3 Основные механизмы управления менеджмента арт-индустрии. Арт-менеджмент как вид профессиональной деятельности. Становление профессии «Арт-менеджер»	<u>Лекция:</u> Формирование управленческой деятельности в области искусства как профессиональной деятельности. Специализации арт-менеджера: администратор, антрепренер, руководитель, агент, персональный менеджер, бизнес-менеджер, промоутер (импресарио), продакшн-менеджер и др. театров, театральных студий, концертных залов, концертных организаций. Профессиональные функции руководителя в сфере арт-индустрии.	6	ПК-3, ПК-8, ПК-9
	<u>Практическая работа:</u> Художественный аспект деятельности арт-менеджера. Организационный аспект деятельности арт-менеджера: организация гастрольных туров. Маркетинговый аспект деятельности арт-менеджера: сегментация рынка; исследование востребованности продуктов арт-индустрии; организация рекламной кампании; проведение презентаций; организация акций по связям с общественностью; использование разработанных «легенд» и т.п. Финансовый аспект деятельности арт-менеджера. Нормативно-правовой аспект: изучение нормативно-правовых документов по созданию продукции арт-индустрии;	6	

	документально-правовое оформление отношений автор - исполнитель - менеджер и т.п.		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Обязанности арт-менеджера. Опыт проектной художественно-творческой деятельности.	<b>11</b>	
Тема 4 Современная мировая арт-индустрия как система: основные элементы, устойчивые взаимосвязи	<u>Лекция:</u> Общая характеристика арт-рынка как системы. Субъекты арт-индустрии: аукционы, арт-дилеры, эксперты, коллекционеры, музеи, художественные галереи, коммерческие организации. Специализация субъектов арт-рынка.	<b>6</b>	ПК-3, ПК-8, ПК-9
	<u>Практическая работа:</u> Крупнейшие аукционные дома. Арт-дилеры, фрагментарность профессиональной деятельности арт-дилеров. Крупнейшие арт-дилеры современного арт-рынка. Коммуникации в сфере арт-индустрии.	<b>6</b>	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Сегменты рынка произведений искусства. Mei-Moses индекс как индикатор состояния арт-рынка.	<b>10</b>	
Тема 5 Российский арт-менеджмент: история становления и развития	<u>Лекция:</u> Арт-менеджмент в России: особенности становления и развития. Особенности и характерные черты отечественной арт-индустрии, национальный компонент, ментальность. Этапы развития арт-индустрии в России. Современное состояние российского арт-рынка: галереи, аукционные дома, коллекционеры, критики, журналисты.	<b>6</b>	ПК-3, ПК-8, ПК-9
	<u>Практическая работа:</u> Потенциал российского арт-рынка. Степень надежности вложений и степень доходности арт-рынка России. Престижность инвестиций в произведения искусства.	<b>6</b>	
	<u>Самостоятельная работа:</u> «Теневая» сторона российского арт-бизнеса.	<b>10</b>	
Тема 6 Нормативно-правовые основы современного российского арт-менеджмента	<u>Лекция:</u> Виды участия государства в управлении арт-рынком в России в современной ситуации. Законодательство. Учредительство. Администрирование. Стимулирование. Государство-«помощник». Государство-«архитектор». Государство-«патрон». Государство-«инженер».	<b>6</b>	ПК-3, ПК-8, ПК-9
	<u>Практическая работа:</u> Международные законодательные акты в сфере культуры и арт-бизнеса. Российское законодательство, регулирующее отношения в сфере арт-менеджмента.	<b>6</b>	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Международные правовые аспекты оборота культурных ценностей.	<b>10</b>	
<b>7 семестр</b>			
<b>Раздел 2. Управление производственными процессами в сфере арт-бизнеса. Специфика отдельных</b>			



видов арт-рынка в условиях развития современного российского общества			
Тема 7 Особенности системного и внесистемного подходов к созданию и реализации продуктов деятельности арт-бизнеса	<u>Лекция:</u> Органы государственного управления в сфере культуры и искусства. Уровни государственного управления в сфере культуры и искусства. Информационное обеспечение управления в сфере искусства. Негосударственное регулирование деятельности в сфере искусства. Спонсорство. Благотворительность. Патронаж.	6	ПК-3, ПК-8, ПК-9
	<u>Практическая работа:</u> Специфика организаций в сфере арт-бизнеса. Некоммерческие организации: фонды, автономные некоммерческие организации, некоммерческие партнерства, ассоциации, государственные корпорации, общественные организации. Коммерческие организации в сфере искусства.	6	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Инвестиционная привлекательность арт-рынка. Доходность, риски. Успешные инвестиционные стратегии на арт-рынке. «Голубые фишки» рынка произведений искусства. Арт-банкинг.	10	
Тема 8 Стратегия и практика технологий арт-бизнеса. Сбытовая политика. Технологические цепочки и конвейер производства в арт-индустрии. Технология планирования в сфере арт-индустрии	<u>Лекция:</u> Виды планов в сфере культуры и искусства. Организация плановой деятельности: организационно-подготовительный этап, разработка плана, согласование и утверждение плана, организация контроля выполнения плана. Определение приоритетов поддержки и развития искусства. Американская модель: отказ от определения приоритетов. Постсоветская модель: «научно обоснованные» приоритеты. «Общественно-государственная» модель определения приоритетов.	8	ПК-3, ПК-8, ПК-9
	<u>Практическая работа:</u> Культурные программы как метод управления в сфере искусства. Методы планирования: аналитическое, нормативное. Целевое обоснование планов. Планирование материального и финансового обеспечения. Планирование организационного обеспечения.	8	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Проектный менеджмент в сфере арт-индустрии. Учредители проектов: государственные, общественные организации, международные и национальные ассоциации, коммерческие организации, частные лица.	13	
Тема 9 Механизмы финансирования в сфере арт-индустрии	<u>Лекция:</u> Фандрейзинг. Виды фандрейзинга. Этапы проведения фандрейзинга. Организационное и техническое обеспечение фандрейзинга. Планирование фандрейзинговой кампании. Информационное обеспечение фандрейзинга.	6	ПК-3, ПК-8, ПК-9

	<u>Практическая работа:</u> Виды и размеры возможных субсидий. Специальные фандрейзинговые мероприятия. Фандрейзинг по почте и по телефону.	<b>6</b>	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Спонсорский пакет. Анализ эффективности фандрейзинга.	<b>10</b>	
Тема 10 Эффективность менеджмента в сфере искусства. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии	<u>Лекция:</u> Маркетинг и искусство. Эволюция маркетинга и культура современного российского общества. Коммерческая сфера искусства и маркетинг. Арт-маркетинг. Социальный маркетинг. Маркетинг некоммерческих организаций сферы искусства. Маркетинг сферы искусства по видам. Маркетинг музеев, галерей. Маркетинг театров. Маркетинг территорий. Маркетинг произведений искусства. Эффект и эффективность. Виды эффективности.	<b>6</b>	ПК-3, ПК-8, ПК-9
	<u>Практическая работа:</u> Уровни анализа эффективности в сфере искусства. Методы анализа эффективности. Оценка коммерческой деятельности в сфере искусства. Оценка инвестиционных проектов в сфере искусства. Оптимизация структуры капитала организации арт-рынка.	<b>6</b>	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Маркетинговая среда организаций искусства. Условия эффективного использования маркетинга в сфере искусства. Стратегии маркетинга в сфере арт-индустрии.	<b>10</b>	
Тема 11 Специфика отдельных видов арт-рынка в условиях развития современного российского общества. Арт-рынок произведений изобразительного искусства	<u>Лекция:</u> Бизнес в сфере изобразительного искусства и антиквариата. Динамика рынка произведений изобразительного искусства и антиквариата в мире и в России. Лидеры и аутсайдеры продаж на рынке произведений изобразительного искусства и антиквариата. Взаимоотношения профессиональных участников рынка. Ценообразование на рынке произведений изобразительного искусства и антиквариата. Покупатель и цена. Посредник и цена. Продавец и цена. Художник и цена.	<b>6</b>	ПК-3, ПК-8, ПК-9
	<u>Практическая работа:</u> Музыкальный шоу-бизнес как часть арт-индустрии. Шоу-бизнес как «индустрия развлечений», включающая производство и прокат кинофильмов, ТВ, театры, дефиле, поп-музыку. «Продукты» и услуги сферы шоу-бизнеса в системе духовных и досуговых интересов и потребностей общества. Взаимосвязь эмоционального воздействия музыки на зрительскую аудиторию, и ответственность за ее художественный уровень, формирование мировоззрения и эстетического вкуса целого поколения.	<b>6</b>	

	<p>«Продукты» и услуги шоу-бизнеса: теле- и радиопрограммы, развлекательно-игровые мероприятия, концерты, фестивали, конкурсы артистов эстрады, а также постановочные шоу, клубные мероприятия, аудио- и видео продукция.</p> <p>Структура коммерческой деятельности в сфере шоу-бизнеса: маркетинг и промоушн, артистический менеджмент, зрелищные мероприятия, производство, торговля, реклама, издательская деятельность, периодические службы, производство музыкальных сувениров, продажа авторских прав.</p> <p>Понятие «художественно-творческая продукция». Виды и типы художественно-творческой продукции.</p> <p>Изучение практики крупных, средних и малых фирм, объединений, компаний, ассоциаций, занимающихся организацией концертной деятельности в шоу-бизнесе. Типичная структура творческой фирмы.</p> <p>Менеджмент кино как элемент арт-менеджмента. Этапы развития российской киноиндустрии. Менеджмент кинобизнеса. Кинопродюсер как менеджер проекта. Примеры удачного продюсирования в российском кинобизнесе. Жизненный цикл продукта в кинобизнесе. Глобальные информационные технологии в кинобизнесе. Менеджмент кинопроекта.</p>		
	<p><u>Самостоятельная работа:</u> Перспективы развития рынка произведений изобразительного искусства и антиквариата в России.</p> <p>Менеджмент музейного дела. Особенности развития музейного дела в условиях рыночной экономики. Музейное дело и его роль в современном обществе. Эволюция теории музейного дела. История развития музейного менеджмента. Особенности развития российского музейного менеджмента. Коммерческая деятельность музеев.</p> <p>Организация деятельности современного музея. Особенности организационной структуры современного музея.</p> <p>Направления развития музейного менеджмента.</p>	<b>10</b>	
<b>Примерная тематика курсовой работы (не предусмотрено)</b>			
<b>Самостоятельная работа обучающихся над курсовой работой (не предусмотрено)</b>			
<b>Вид итогового контроля (экзамен)</b>		<b>54</b>	
<b>ВСЕГО:</b>		<b>324</b>	

***По заочной форме обучения***

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов / з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
-----------------------------	--	--------------------	-----------------------------------

1	2	3	4
<b>3 семестр</b>			
<b>Раздел 1. Менеджмент в арт-бизнесе. Место и назначение российского арт-менеджмента</b>			
Тема 1 Понятия «арт-менеджмент», «арт-индустрии»	<u>Лекция:</u> Предмет, содержание, задачи курса «Арт-менеджмент». Арт-менеджмент как самостоятельная сфера деятельности. Объем и содержание терминов «арт-менеджмент», «арт-индустрия». Арт-индустрия в условиях рыночных отношений.	2	ПК-3, ПК-8, ПК-9
	<u>Практическая работа:</u> Основные составляющие управления в сфере искусства: цели и задачи, структура, закономерности, принципы, функции, методы.	2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Специфика менеджмента в сфере искусства. Эволюция технологий арт-менеджмента.	20	
Тема 2 Жанры, виды и формы организации искусства и историческая ретроспекция их развития. Возникновение системы управления производственными процессами в искусстве	<u>Лекция:</u> Исторические аспекты и тенденции становления арт-индустрии за рубежом. Трубадурское движение во Франции. Написание музыки под заказ, жанровое разнообразие песен, наемные певцы, бродячие артисты. 18 в. – появление мюзик-холлов, варьете, кабаре, министрел-шоу. «Театр Монтасье». Театр «Водевиль». Рождение джаза. Становление рок-музыки. Рок-оперы.		ПК-3, ПК-8, ПК-9
	<u>Практическая работа:</u> Три этапа развития арт-рынка. Зарождение арт-рынка в Англии в конце XVII века. Второй период развития арт-рынка – зарождение матрицы арт-рынка, расширение арт-рынка. Третий период развития арт-рынка – признание авангарда «платежеспособным», усиление роли арт-критика.		
	<u>Самостоятельная работа:</u> История аукционных домов Европы и Америки. Современная мировая арт-индустрия как система: основные элементы, устойчивые взаимосвязи.	20	
Тема 3 Основные механизмы управления менеджмента арт-индустрии. Арт-менеджмент как вид профессиональной деятельности. Становление профессии «Арт-менеджер»	<u>Лекция:</u> Формирование управленческой деятельности в области искусства как профессиональной деятельности. Специализации арт-менеджера: администратор, антрепренер, руководитель, агент, персональный менеджер, бизнес-менеджер, промоутер (импресарио), продакшн-менеджер и др. театров, театральных студий, концертных залов, концертных организаций. Профессиональные функции руководителя в сфере арт-индустрии.	2	ПК-3, ПК-8, ПК-9
	<u>Практическая работа:</u> Художественный аспект деятельности арт-менеджера. Организационный аспект деятельности арт-менеджера: организация гастрольных туров. Маркетинговый аспект деятельности арт-менеджера: сегментация рынка; исследование востребованности продуктов арт-	2	

	индустрии; организация рекламной кампании; проведение презентаций; организация акций по связям с общественностью; использование разработанных «легенд» и т.п. Финансовый аспект деятельности арт-менеджера. Нормативно-правовой аспект: изучение нормативно-правовых документов по созданию продукции арт-индустрии; документально-правовое оформление отношений автор - исполнитель - менеджер и т.п.		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Обязанности арт-менеджера. Опыт проектной художественно-творческой деятельности.	<b>25</b>	
Тема 4 Современная мировая арт-индустрия как система: основные элементы, устойчивые взаимосвязи	<u>Лекция:</u> Общая характеристика арт-рынка как системы. Субъекты арт-индустрии: аукционы, арт-дилеры, эксперты, коллекционеры, музеи, художественные галереи, коммерческие организации. Специализация субъектов арт-рынка.	<b>2</b>	ПК-3, ПК-8, ПК-9
	<u>Практическая работа:</u> Крупнейшие аукционные дома. Арт-дилеры, фрагментарность профессиональной деятельности арт-дилеров. Крупнейшие арт-дилеры современного арт-рынка. Коммуникации в сфере арт-индустрии.	<b>2</b>	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Сегменты рынка произведений искусства. Mei-Moses индекс как индикатор состояния арт-рынка.	<b>25</b>	
Тема 5 Российский арт-менеджмент: история становления и развития	<u>Лекция:</u> Арт-менеджмент в России: особенности становления и развития. Особенности и характерные черты отечественной арт-индустрии, национальный компонент, ментальность. Этапы развития арт-индустрии в России. Современное состояние российского арт-рынка: галереи, аукционные дома, коллекционеры, критики, журналисты.		ПК-3, ПК-8, ПК-9
	<u>Практическая работа:</u> Потенциал российского арт-рынка. Степень надежности вложений и степень доходности арт-рынка России. Престижность инвестиций в произведения искусства.		
	<u>Самостоятельная работа:</u> «Теневая» сторона российского арт-бизнеса.	<b>15</b>	
Тема 6 Нормативно-правовые основы современного российского арт-менеджмента	<u>Лекция:</u> Виды участия государства государства в управлении арт-рынком в России в современной ситуации. Законодательство. Учредительство. Администрирование. Стимулирование. Государство-«помощник». Государство-«архитектор». Государство-«патрон». Государство-«инженер».		ПК-3, ПК-8, ПК-9
	<u>Практическая работа:</u> Международные законодательные акты в сфере культуры и арт-бизнеса. Российское законодательство, регулирующее		

	отношения в сфере арт-менеджмента.		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Международные правовые аспекты оборота культурных ценностей.	<b>18</b>	
<b>4 семестр</b>			
<b>Раздел 2. Управление производственными процессами в сфере арт-бизнеса. Специфика отдельных видов арт-рынка в условиях развития современного российского общества</b>			
Тема 7 Особенности системного и внесистемного подходов к созданию и реализации продуктов деятельности арт-бизнеса	<u>Лекция:</u> Органы государственного управления в сфере культуры и искусства. Уровни государственного управления в сфере культуры и искусства. Информационное обеспечение управления в сфере искусства. Негосударственное регулирование деятельности в сфере искусства. Спонсорство. Благотворительность. Патронаж.		ПК-3, ПК-8, ПК-9
	<u>Практическая работа:</u> Специфика организаций в сфере арт-бизнеса. Некоммерческие организации: фонды, автономные некоммерческие организации, некоммерческие партнерства, ассоциации, государственные корпорации, общественные организации. Коммерческие организации в сфере искусства.	<b>2</b>	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Инвестиционная привлекательность арт-рынка. Доходность, риски. Успешные инвестиционные стратегии на арт-рынке. «Голубые фишки» рынка произведений искусства. Арт-банкинг.	<b>30</b>	
Тема 8 Стратегия и практика технологий арт-бизнеса. Сбытовая политика. Технологические цепочки и конвейер производства в арт-индустрии. Технология планирования в сфере арт-индустрии	<u>Лекция:</u> Виды планов в сфере культуры и искусства. Организация плановой деятельности: организационно-подготовительный этап, разработка плана, согласование и утверждение плана, организация контроля выполнения плана. Определение приоритетов поддержки и развития искусства. Американская модель: отказ от определения приоритетов. Постсоветская модель: «научно обоснованные» приоритеты. «Общественно-государственная» модель определения приоритетов.	<b>2</b>	ПК-3, ПК-8, ПК-9
	<u>Практическая работа:</u> Культурные программы как метод управления в сфере искусства. Методы планирования: аналитическое, нормативное. Целевое обоснование планов. Планирование материального и финансового обеспечения. Планирование организационного обеспечения.	<b>2</b>	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Проектный менеджмент в сфере арт-индустрии. Учредители проектов: государственные, общественные организации,	<b>30</b>	

	международные и национальные ассоциации, коммерческие организации, частные лица.		
Тема 9 Механизмы финансирования в сфере арт-индустрии	<u>Лекция:</u> Фандрейзинг. Виды фандрейзинга. Этапы проведения фандрейзинга. Организационное и техническое обеспечение фандрейзинга. Планирование фандрейзинговой кампании. Информационное обеспечение фандрейзинга.	2	ПК-3, ПК-8, ПК-9
	<u>Практическая работа:</u> Виды и размеры возможных субсидий. Специальные фандрейзинговые мероприятия. Фандрейзинг по почте и по телефону.	2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Спонсорский пакет. Анализ эффективности фандрейзинга.	30	
Тема 10 Эффективность менеджмента в сфере искусства. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии	<u>Лекция:</u> Маркетинг и искусство. Эволюция маркетинга и культура современного российского общества. Коммерческая сфера искусства и маркетинг. Арт-маркетинг. Социальный маркетинг. Маркетинг некоммерческих организаций сферы искусства. Маркетинг сферы искусства по видам. Маркетинг музеев, галерей. Маркетинг театров. Маркетинг территорий. Маркетинг произведений искусства. Эффект и эффективность. Виды эффективности.	2	ПК-3, ПК-8, ПК-9
	<u>Практическая работа:</u> Уровни анализа эффективности в сфере искусства. Методы анализа эффективности. Оценка коммерческой деятельности в сфере искусства. Оценка инвестиционных проектов в сфере искусства. Оптимизация структуры капитала организации арт-рынка.	2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Маркетинговая среда организаций искусства. Условия эффективного использования маркетинга в сфере искусства. Стратегии маркетинга в сфере арт-индустрии.	30	
Тема 11 Специфика отдельных видов арт-рынка в условиях развития современного российского общества. Арт-рынок произведений изобразительного искусства	<u>Лекция:</u> Бизнес в сфере изобразительного искусства и антиквариата. Динамика рынка произведений изобразительного искусства и антиквариата в мире и в России. Лидеры и аутсайдеры продаж на рынке произведений изобразительного искусства и антиквариата. Взаимоотношения профессиональных участников рынка. Ценообразование на рынке произведений изобразительного искусства и антиквариата. Покупатель и цена. Посредник и цена. Продавец и цена. Художник и цена.		ПК-3, ПК-8, ПК-9
	<u>Практическая работа:</u> Музыкальный шоу-бизнес как часть арт-индустрии. Шоу-бизнес как «индустрия развлечений», включающая производство и прокат	2	

	<p>кинофильмов, ТВ, театры, дефиле, поп-музыку. «Продукты» и услуги сферы шоу-бизнеса в системе духовных и досуговых интересов и потребностей общества. Взаимосвязь эмоционального воздействия музыки на зрительскую аудиторию, и ответственность за ее художественный уровень, формирование мировоззрения и эстетического вкуса целого поколения.</p> <p>«Продукты» и услуги шоу-бизнеса: теле- и радиопрограммы, развлекательно-игровые мероприятия, концерты, фестивали, конкурсы артистов эстрады, а также постановочные шоу, клубные мероприятия, аудио- и видео продукция.</p> <p>Структура коммерческой деятельности в сфере шоу-бизнеса: маркетинг и промоушн, артистический менеджмент, зрелищные мероприятия, производство, торговля, реклама, издательская деятельность, периодические службы, производство музыкальных сувениров, продажа авторских прав.</p> <p>Понятие «художественно-творческая продукция». Виды и типы художественно-творческой продукции. Изучение практики крупных, средних и малых фирм, объединений, компаний, ассоциаций, занимающихся организацией концертной деятельности в шоу-бизнесе. Типичная структура творческой фирмы. Менеджмент кино как элемент арт-менеджмента. Этапы развития российской киноиндустрии. Менеджмент кинобизнеса. Кинопродюсер как менеджер проекта. Примеры удачного продюсирования в российском кинобизнесе. Жизненный цикл продукта в кинобизнесе. Глобальные информационные технологии в кинобизнесе. Менеджмент кинопроекта.</p>		
	<p><u>Самостоятельная работа:</u> Перспективы развития рынка произведений изобразительного искусства и антиквариата в России.</p> <p>Менеджмент музейного дела. Особенности развития музейного дела в условиях рыночной экономики. Музейное дело и его роль в современном обществе. Эволюция теории музейного дела. История развития музейного менеджмента. Особенности развития российского музейного менеджмента. Коммерческая деятельность музеев.</p> <p>Организация деятельности современного музея. Особенности организационной структуры современного музея.</p> <p>Направления развития музейного менеджмента.</p>	33	
<b>Примерная тематика курсовой работы (не предусмотрено)</b>			
<b>Самостоятельная работа обучающихся над курсовой работой (не предусмотрено)</b>			
<b>Вид итогового контроля (экзамен)</b>		18	



## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

- лекционные занятия: проблемные и интерактивные лекции, лекция-визуализация, лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция-анализ ситуаций;
- практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, формы «коллективной мыслительной деятельности», тестирование по темам курса; работа в малых группах; дискуссия; метод проектов.
- самостоятельная работа: обязательная самостоятельная работа студента по заданию преподавателя, выполняемая во внеаудиторное время.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 50% от аудиторных занятий.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки, реализация компетентного подхода в изучении данной дисциплины предусматривает использование в учебном процессе таких активных и интерактивных форм проведения практических занятий как: дискуссия, brain-storm (метод «мозгового штурма»), метод проектов.

Дискуссия. Учебные дискуссии представляют собой такую форму познавательной деятельности обучающихся, в которой субъекты образовательного процесса упорядоченно и целенаправленно обмениваются своими мнениями, идеями, суждениями по обсуждаемой учебной проблеме. Дискуссия делает возможным использовать элементы педагогики сотрудничества по типу «обучающий – обучающийся» и «обучающийся – обучающийся», в которой стираются противоположности между позициями обучающего и обучающихся, а кругозор участников образовательного процесса становится общим достоянием.

Во время дискуссии формируются следующие компетенции: коммуникативные (умения общаться, формулировать и задавать вопросы, отстаивать свою точку зрения, уважение и принятие собеседника и др.), способности к анализу и синтезу, брать на себя ответственность, выявлять проблемы и решать их, умения отстаивать свою точку зрения, т.е. навыки социального общения и др.

Brain- storm. «Мозговой штурм» является эффективным методом стимулирования познавательной активности, формирования творческих умений обучающихся как в малых, так и в больших группах. Метод мозгового штурма направлен на генерирование идей по решению проблемы, основан на процессе совместного разрешения поставленных в ходе организованной дискуссии проблемных задач. Задание может содержать профессионально значимый или междисциплинарный вопрос. При этом все идеи и предложения, высказываемые участниками группы, должны фиксироваться на доске, чтобы затем их можно было проанализировать и обобщить. Дух соревновательности активизирует мыслительную деятельность обучающихся.

Метод «мозгового штурма» позволяет вовлекать в активную деятельность максимальное число обучающихся. Применение данного метода возможно на различных этапах занятия: для введения новых знаний, промежуточного контроля качества усвоения знаний, закрепления приобретённых знаний (на обобщающем занятии по конкретной теме курса).

Метод проектов. Метод проектов можно рассматривать как одну из личностно ориентированных развивающих технологий, в основу которой положена идея развития познавательных навыков учащихся, творческой инициативы, умения самостоятельно мыслить, находить и решать проблемы, ориентироваться в информационном пространстве, умения прогнозировать и оценивать результаты собственной деятельности. Метод проектов всегда ориентирован на самостоятельную деятельность обучающихся – индивидуальную, парную, групповую. Этот метод применим при наличии действительно значимой проблемы (практической, научной, творческой, жизненной), для решения которой необходим исследовательский поиск.

### **Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Специфика получаемой направленности (профиля) образовательной программы предполагает возможность обучения следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с ограничением двигательных функций;
- с нарушениями слуха;
- с нарушениями зрения.

Организация образовательного процесса обеспечивает возможность беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в учебные аудитории и другие помещения, для этого имеются пандусы, поручни, лифты и расширенные дверные проемы.

В учебных аудиториях и лабораториях имеется возможность оборудовать места для студентов-инвалидов с различными видами нарушения здоровья, в том числе опорно-двигательного аппарата и слуха. Освещенность учебных мест устанавливается в соответствии с положениями СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещения». Все предметы, необходимые для учебного процесса, располагаются в зоне максимальной досягаемости вытянутых рук.

Помещения предусматривают учебные места для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, имеющих сердечно-сосудистые заболевания, они оборудованы солнцезащитными устройствами (жалюзи), в них имеется система климат-контроля.

По необходимости для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатываются индивидуальные учебные планы и индивидуальные графики, обучающиеся обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Для успешного освоения дисциплины применяются различные образовательные технологии, которые обеспечивают достижение планируемых результатов обучения согласно ООП.

## **6 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **6.1. Контроль освоения дисциплины**

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры». Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

*Текущий контроль* успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- тестирование
- тематика эссе, рефератов, презентаций.

*Рубежный контроль* предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний:

- устные ответы,
- письменные работы,
- практические и лабораторные работы,

оценка выполнения самостоятельной работы студентов.

*Промежуточный контроль* по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена.

### **6.2. Оценочные средства**

#### **6.2.1. Примеры тестовых заданий (ситуаций)**

1. В практике менеджмента при подборе персонала организации применяют следующие группы методов...

- 1 +Прогностические
- 2 Графические
- 3 +Практические
- 4 Математические

2. К основным этапам карьеры в управлении персоналом организации не относится...

- 1 Этап зрелости
- 2 Адаптационный
- 3 +Подготовительный
- 4 Стабилизационный

3. С точки зрения теории менеджмента главная цель системы управления персоналом заключается в ...

- 1 Осуществлении взаимосвязи между системой управления персоналом и требованиями производства
- 2 Оптимизации соотношения численности работников и производственной системы
- 3 Анализе трудовых процессов и качества жизни
- 4 +Обеспечение организации кадрами, их эффективное использование, профессиональное и социальное развитие
4. Согласно теории менеджмента к функциям подсистемы управления наймом и учетом персонала относят следующие ...
  - 1 +Организация оценки, отбора и приема
  - 2 Обеспечение безопасных условий труда
  - 3 +Организация найма
  - 4 Разработка штатного расписания
5. В теории менеджмента сигналами кризиса средних лет у руководителя служат сужение сферы жизненных интересов, пассивность, консерватизм и ...
  - 1 Способность к расширению и углублению своих знаний
  - 2 +Обращение к прошлому, а не к будущему
  - 3 Работа над новыми и перспективными задачами
  - 4 Способность видеть в подчиненных партнеров по сотрудничеству
6. Согласно теории менеджмента кадровая политика организации предполагает разработку политики по следующим направлениям управления персоналом ...
  - 1 Инновационная деятельность
  - 2 Научно-техническая деятельность
  - 3 +Подбор и расстановка
  - 4 +Адаптация, обучение и оценка
7. К функциям кадровой службы относятся ...
  - 1 Разработка планов-заданий для рабочих
  - 2 Разработка проектов инновационного развития организации
  - 3 +Разработка норм внутреннего распорядка
  - 4 +Организация и контроль за условиями труда
8. В PEST-анализе внешней среды рассматриваются ...
  - 1 Культурные факторы
  - 2 +Политические факторы
  - 3 Демографические факторы
  - 4 +Экономические факторы
9. К элементам, составляющим среду косвенного воздействия на предприятии, относятся...
  - 1 +Международные события
  - 2 Конкуренты
  - 3 Поставщики
  - 4 +Природно-климатические условия
10. С точки зрения практики менеджмента в матричной организационной структуре нарушается управленческий принцип...
  - 1 Корпоративного духа

2 +Единоначалия

3 Дисциплины

4 Подчинения частных интересов общим

11. К основным характеристикам функций управления в менеджменте относится...

1 +Однородность содержания работ в рамках одной функции

2 Обособленность функций друг от друга

3 Значительный объем работ в рамках одной функции

4 Непредсказуемость результата выполнения работ при реализации функции

12. Система контроля в организации должна содержать...

1 Постоянно действующий контроль

2 +Предварительный контроль

3 +Заключительный контроль

4 +Текущий контроль

13. Согласно теории менеджмента бизнес-план как документ начинается со следующих разделов...

1 Финансовый план

2 Оценка рисков

3 +Меморандум о конфиденциальности

4 +Резюме

14. К примерам, в полной мере соответствующим понятию «инструментальный» лидер, относятся следующие ...

1 +Сотрудник, который координирует общие усилия по достижению цели в узких вопросах функционирования предприятия

2 +Сотрудник, который берет на себя инициативу в специфических видах деятельности

3 Наиболее авторитетный сотрудник в коллективе

4 Директор предприятия

15. С точки зрения теории и практики менеджмента конфликт в организации должен рассматриваться как...

1 +Явление, которое может, как разрушить организацию, так и способствовать ее развитию

2 Свидетельство неблагополучия организации

3 Позитивное явление

4 Нежелательное явление

16. Все категории работников: постоянные, сезонные, временные, оформленные не менее чем на пять дней, которые официально работают в организации, в данный момент, характеризуются...

1 Штатным расписанием

2 Явочной численностью

3 Нормативной численностью

4 +Списочной численностью

17. Если работник перемещается в другую функциональную область деятельности без перехода на более высокую ступень в организационной иерархии, его карьера является...

1 Параллельной

2 +Горизонтальной

3 Специализированной

4 Вертикальной

18. Теории мотивации в менеджменте подразделяются на две категории...

1 Системные и процессуальные

2 +Содержательные и процессуальные

3 Организационные и процессуальные

4 Сущностные и формальные

19. В практике менеджмента в организации принимают следующие из приведенных ниже экономических решений...

1 +Снижение себестоимости продукции

2 Утверждение штатного расписания

3 +Повышение уровня рентабельности продукции

4 Принятие коллективного договора

20. К методам повышения технологической эффективности управленческих решений относят...

1 +Модернизацию оборудования компании

2 +Автоматизацию производства

3 Расширение социального пакета компании

4 Сокращение затрат предприятия

### **6.2.2. Тематика эссе, рефератов, презентаций**

1. Шоу-бизнес как термин. Понятие «эстрада». История понятия «эстрада». Истоки эстрадных жанров. Формирование исполнительского искусства.

2. Шоу-бизнес в России на рубеже XIX-XX вв.

3. Шоу-бизнес начала XX.

4. Шоу-бизнес в период ВОВ.

5. Шоу-бизнес в СССР с 50-х гг. XX века.

6. Возникновение и развитие шоу-бизнеса за рубежом.

7. Зарождение Российской звукозаписывающей индустрии и его этапы.

Рождение Российской музыкальной индустрии.

8. Искусство советского периода.

9. Поиск новых форм организации шоу-бизнеса в период перестройки.

10. Создание профессиональных гильдий.

11. Шоу-бизнес в настоящее время.

12. Зарождение и становление системы менеджмента исполнителя.

13. Рынок шоу-бизнеса в России.

14. Направления деятельности в шоу-бизнесе. Инфраструктура в шоу-бизнесе.

15. Музыкальная индустрия: запись фонограмм, носители звуковой записи, альбом, формат материала, разновидности музыкального формата.

16. Организация музыкального издательства. Этапы деятельности музыкального издательства. Музыкально-издательский бизнес.

17. Основные проблемы музыкального шоу-бизнеса. Стоимость продукции музыкального издательства.

18. Рынок Интернета.
19. Связь музыкального рынка с другими сферами. Радиоиндустрия. Телеиндустрия как приемник радиоиндустрии, её особенности.
20. Проблема отечественной киноиндустрии. Рынок киноиндустрии, его особенности.
21. Рынок рекреационной деятельности и его коммерческие формы. Организация и проведение фестивалей, конкурсов, презентаций и гастрольных туров.
22. Промоутерская деятельность.
23. Модельный бизнес, как неотъемлемая часть современного шоу-бизнеса. Составляющие системы модельного бизнеса.
24. Мерчандайзинг как новый вид предпринимательства в сфере шоу-бизнеса.
25. Научно-техническая революция и шоу-бизнес. Рынок технических услуг. Участники рынка услуг в шоу-бизнесе и их деятельность.
26. Изучение рынка в шоу-бизнесе. Реклама продукта в шоу-бизнесе.
27. Производственные отношения в шоу-бизнесе, их участники и особенности. Фирмы в шоу-бизнесе. Структура фирмы в шоу-бизнесе.
28. Виды сценических форм в шоу-бизнесе.
29. Разделение труда в шоу-бизнесе. Роль продюсеров в создании продукта в шоу-бизнесе. Умения и навыки продюсера.
30. Структура организации в шоу-бизнесе. Технологические этапы постановочного процесса. Внедрение нового продукта на рынок шоу-бизнеса.
31. Этапы выпуска музыкальной продукции. Стадии раскрутки артиста. Структура творческого и административного штата артиста.
32. Роль конкуренции в шоу-бизнесе. Психология артиста.
33. Особенность отношений в шоу-бизнесе. Качества менеджера в шоу-бизнесе.
34. Финансовый менеджмент в шоу-бизнесе.
35. Экономические условия создания и финансирование организаций искусства и культуры в России в соответствии с основами законодательства РФ о культуре.
36. Нормативная база экономики искусства.
37. Меценатство и спонсорство в системе источников финансирования художественной деятельности.
38. Формы организационно-экономического сотрудничества в шоу-бизнесе.
39. Виды финансирования в шоу-бизнесе. Поиск финансовых средств в шоу-бизнесе.
40. Бизнес план в шоу-бизнесе, особенности его составления.
41. Бюджет мероприятия проекта в шоу-бизнесе. Схема бюджета.
42. Цели и задачи финансового менеджмента в шоу-бизнесе.
43. Нормативно-правовые основы предпринимательской деятельности в шоу-бизнесе.
44. Нормативно-правовая база управления организациями (учреждениями) искусства.

45. Построение организации и факторы структурообразования в зависимости от назначения, масштаба деятельности, финансовых возможностей.
46. Структура административного управления.
47. Внешняя организационная среда учреждения и использование методов публичных отношений для формирования системы устойчивых связей, фирменного стиля, пропаганды деятельности организации или учреждения.
48. Проблемы развития и финансирования в негосударственных организациях (учреждениях) искусства.
49. Продукт шоу-бизнеса как объект авторского права. Интеллектуальная собственность в шоу-бизнесе. Объекты и субъекты авторского права в шоу-бизнесе. Авторские знаки.
50. Имущественные и неимущественные права в шоу-бизнесе. Организации в сфере авторских прав в шоу-бизнесе.

### **6.2.3. Вопросы к экзамену по дисциплине**

#### **Вопросы к экзамену в 6 семестре**

1. Предмет, содержание, задачи курса «Менеджмент в арт-бизнесе». Арт-менеджмент как самостоятельная сфера деятельности. Объем и содержание терминов «арт-менеджмент», «арт-индустрия».
2. Арт-индустрия в условиях рыночных отношений.
3. Основные составляющие управления в сфере искусства: цели и задачи, структура, закономерности, принципы, функции, методы.
4. Специфика менеджмента в сфере искусства.
5. Эволюция технологий арт-менеджмента.
6. Исторические аспекты и тенденции становления арт-индустрии за рубежом.
7. Написание музыки под заказ, жанровое разнообразие песен, наемные певцы, бродячие артисты. 18 в. – появление мюзик-холлов, варьете, кабаре, министрел-шоу.
8. «Театр Монтасье». Театр «Водевиль».
9. Рождение джаза. Становление рок-музыки. Рок-оперы.
10. Зарождение арт-рынка в Англии в конце XVII века.
11. Второй период развития арт-рынка – зарождение матрицы арт-рынка, расширение арт-рынка.
12. Третий период развития арт-рынка – признание авангарда «платежеспособным», усиление роли арт-критика.
13. История аукционных домов Европы и Америки.
14. Современная мировая арт-индустрия как система: основные элементы, устойчивые взаимосвязи.
15. Формирование управленческой деятельности в области искусства как профессиональной деятельности.
16. Специализации арт-менеджера: администратор, антрепренер, руководитель, агент, персональный менеджер, бизнес-менеджер, промоутер (импресарио), продакшн-менеджер и др. театров, театральных студий, концертных залов, концертных организаций.



17. Профессиональные функции руководителя в сфере арт-индустрии.
18. Художественный аспект деятельности арт-менеджера.
19. Организационный аспект деятельности арт-менеджера: организация гастрольных туров.
20. Маркетинговый аспект деятельности арт-менеджера: сегментация рынка; исследование востребованности продуктов арт-индустрии; организация рекламной кампании; проведение презентаций; организация акций по связям с общественностью; использование разработанных «легенд» и т.п. Финансовый аспект деятельности арт-менеджера.
21. Нормативно-правовой аспект: изучение нормативно-правовых документов по созданию продукции арт-индустрии; документально-правовое оформление отношений автор - исполнитель - менеджер и т.п.
22. Обязанности арт-менеджера. Опыт проектной художественно-творческой деятельности.
23. Общая характеристика арт-рынка как системы.
24. Субъекты арт-индустрии: аукционы, арт-дилеры, эксперты, коллекционеры, музеи, художественные галереи, коммерческие организации. Специализация субъектов арт-рынка.
25. Крупнейшие аукционные дома.
26. Арт-дилеры, фрагментарность профессиональной деятельности арт-дилеров.
27. Крупнейшие арт-дилеры современного арт-рынка.
28. Коммуникации в сфере арт-индустрии.
29. Сегменты рынка произведений искусства.
30. Mei-Moses индекс как индикатор состояния арт-рынка.
31. Арт-менеджмент в России: особенности становления и развития.
32. Особенности и характерные черты отечественной арт-индустрии, национальный компонент, ментальность.
33. Этапы развития арт-индустрии в России.
34. Современное состояние российского арт-рынка: галереи, аукционные дома, коллекционеры, критики, журналисты.
35. Потенциал российского арт-рынка.
36. Степень надежности вложений и степень доходности арт-рынка России.
37. Престижность инвестиций в произведения искусства.
38. «Теневая» сторона российского арт-бизнеса.
39. Виды участия государства в управлении арт-рынком в России в современной ситуации. Законодательство.
40. Учредительство. Администрирование. Стимулирование.
41. Государство-«помощник». Государство-«архитектор». Государство-«патрон». Государство-«инженер».
42. Международные законодательные акты в сфере культуры и арт-бизнеса.
43. Российское законодательство, регулирующее отношения в сфере арт-менеджмента.
44. Международные правовые аспекты оборота культурных ценностей.

### **Вопросы к экзамену в 7 семестре**

1. Органы государственного управления в сфере культуры и искусства.
2. Уровни государственного управления в сфере культуры и искусства.
3. Информационное обеспечение управления в сфере искусства.
4. Негосударственное регулирование деятельности в сфере искусства.
5. Спонсорство. Благотворительность. Патронаж.
6. Специфика организаций в сфере арт-бизнеса.
7. Некоммерческие организации: фонды, автономные некоммерческие организации, некоммерческие партнерства, ассоциации, государственные корпорации, общественные организации.
8. Коммерческие организации в сфере искусства.
9. Инвестиционная привлекательность арт-рынка.
10. Доходность, риски.
11. Арт-банкинг.
12. Виды планов в сфере культуры и искусства.
13. Организация плановой деятельности: организационно-подготовительный этап, разработка плана, согласование и утверждение плана, организация контроля выполнения плана.
14. Определение приоритетов поддержки и развития искусства.
15. Американская модель: отказ от определения приоритетов.
16. Постсоветская модель: «научно обоснованные» приоритеты.
17. «Общественно-государственная» модель определения приоритетов.
18. Культурные программы как метод управления в сфере искусства.
19. Методы планирования: аналитическое, нормативное.
20. Целевое обоснование планов.
21. Планирование материального и финансового обеспечения.
22. Планирование организационного обеспечения.
23. Проектный менеджмент в сфере арт-индустрии.
24. Учредители проектов: государственные, общественные организации, международные и национальные ассоциации, коммерческие организации, частные лица.
25. Фандрейзинг. Виды фандрейзинга. Этапы проведения фандрейзинга.
26. Организационное и техническое обеспечение фандрейзинга.
27. Планирование фандрейзинговой кампании. Информационное обеспечение фандрейзинга.
28. Виды и размеры возможных субсидий.
29. Специальные фандрейзинговые мероприятия. Фандрейзинг по почте и по телефону.
30. Маркетинг и искусство.
31. Эволюция маркетинга и культура современного российского общества.
32. Коммерческая сфера искусства и маркетинг.
33. Арт-маркетинг. Социальный маркетинг.
34. Маркетинг некоммерческих организаций сферы искусства.
35. Маркетинг сферы искусства по видам.
36. Маркетинг музеев, галерей.
37. Маркетинг театров.

38. Маркетинг территорий.
39. Маркетинг произведений искусства.
40. Эффект и эффективность. Виды эффективности.
41. Уровни анализа эффективности в сфере искусства.
42. Методы анализа эффективности.
43. Оценка коммерческой деятельности в сфере искусства.
44. Оценка инвестиционных проектов в сфере искусства.
45. Оптимизация структуры капитала организации арт-рынка.
46. Маркетинговая среда организаций искусства.
47. Условия эффективного использования маркетинга в сфере искусства.
48. Стратегии маркетинга в сфере арт-индустрии.
49. Бизнес в сфере изобразительного искусства и антиквариата.
50. Динамика рынка произведений изобразительного искусства и антиквариата в мире и в России.
51. Взаимоотношения профессиональных участников рынка.
52. Ценообразование на рынке произведений изобразительного искусства и антиквариата.
53. Покупатель и цена. Посредник и цена. Продавец и цена. Художник и цена.

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **7.1 Основная литература:**

#### **7.1. Основная литература**

1. Рудич, Л.И. Предпринимательская и инновационная деятельность в сфере культуры и искусства : учебное пособие / Л.И. Рудич. - Кемерово : КемГУКИ, 2013. - 209 с. - ISBN 978-5-8154-0260-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227897>

2. Маслова, В.М. Сфера PR в маркетинге : учебное пособие / В.М. Маслова, И.М. Синяева, В.В. Синяев. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 384 с. - Библиогр.: с. 361-363. - ISBN 978-5-238-01179-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

3. Культура и искусство: поиски и открытия : сборник научных статей / Министерство культуры Российской Федерации, ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет культуры и искусств», Департамент образования и науки Кемеровской области. - Кемерово : КемГУКИ, 2013. - 400 с. - ISBN 978-5-8154-0271-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275368>

#### **7.2. Дополнительная литература**

1. Корнеева, С.М. Музыкальный менеджмент : учебное пособие / С.М. Корнеева. - М. : Юнити-Дана, 2006. - 304 с. - ISBN 5-238-00994-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=82955>

2. Салазкина, Л.П. Теоретические основы управления социально-культурной сферой : учебное пособие / Л.П. Салазкина. - Кемерово :

КемГУКИ, 2008. - 196 с. - ISBN 978-5-8154-0155-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227898>

3. Экономика и управление социальной сферой : учебник / Е.Н. Жильцов, Т.В. Науменко, Е.В. Егоров и др. ; Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Экономический факультет, Кафедра экономики социальной сферы ; под ред. Е.Н. Жильцов и др. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 496 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02423-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375813>

4. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. Практикум [Текст] : учеб. пособие / Е. Л. Шекова [и др.] ; под ред. Е.Л. Шековой. - СПб. ; М. ; Краснодар : Лань: Планета музыки, 2012. - 159 с. - (Учеб. для вузов. Специальная лит.). - ISBN 978-5-8114-1383-6 (Изд-во "Лань"). - ISBN 978-5-91938-068-9 (Изд-во "Планета музыки") : 343.34; 430.00.

5. Щетинская Н.Б. Адаптация студентов с ограниченными возможностями здоровья к условиям обучения в вузе культуры: Методические рекомендации для преподавателей. – Краснодар: КГИК, 2016. – 42 с.
6. Щетинская Н.Б. Развитие коммуникативной компетентности студентов с ограниченными возможностями здоровья: Методические рекомендации для студентов. – Краснодар: КГИК, 2016. – 28 с.
7. Руськин В.И. Социокультурная реабилитация студентов-инвалидов средствами искусства в процессе педагогической деятельности: Методические рекомендации. – Краснодар: КГИК, 2016. – 22 с.

8.

### **7.3. Периодические издания**

- Экономика и предпринимательство
- Коммерция в России и зарубежном
- Экономика культуры

### **7.4. Интернет-ресурсы**

- Портал арт-менеджер <http://www.artmanager.ru/>
- Наше наследие <http://www.nasledie-rus.ru/>
- Культурный PR <http://www.artmanagement.ru/>
- Русская галерея искусств <http://www.art-auction.ru/>
- Аукционный дом <http://www.christies.com/>
- Кабинет аукционных домов <http://www.kabinet-auktion.com/>

### **7.5. Методические указания и материалы по видам занятий**

#### ***Методические рекомендации по написанию реферата.***

Реферат — письменная работа объемом 10-15 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока.

В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания.

Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена.

Структура реферата:

Титульный лист.

После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.

Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

Приложение может включать графики, таблицы, расчеты.

Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература.

Реферат любого уровня сложности обязательно сопровождается списком используемой литературы. Названия книг в списке располагают по алфавиту с указанием выходных данных использованных книг.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата.

Объемы рефератов колеблются от 10-18 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм.слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 12-14, интервал - 1,5. Все листы реферата должны быть пронумерованы. Каждый вопрос в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с наименованием в плане-оглавлении.

### ***Методические рекомендации по написанию эссе***

Построение эссе - это ответ на вопрос или раскрытие темы, которое основано на классической системе доказательств.

Структура эссе.

Титульный лист.

Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически;

На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса.

Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Подытоживает эссе или еще раз вносит пояснения, подкрепляет смысл и значение изложенного в основной части. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение (импликацию) исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

Объемы эссе колеблются от 1-4 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм.слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 12-14, интервал - 1,5.

## **7.6 Программное обеспечение**

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционные системы – WindowsXP, Windows 7; пакет прикладных программ MSOffice 2007;

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное оборудование (проектор+экран) в аудиториях 276,282,116,239, возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Обучающиеся пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**Дополнения и изменения  
к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)**

на 20\_\_-20\_\_ уч. год

СОГЛАСОВАНО:  
Проректор по учебной работе  
\_\_\_\_\_ С.А. Трехбратова  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- \_\_\_\_\_;
- \_\_\_\_\_;
- \_\_\_\_\_.
- \_\_\_\_\_;
- \_\_\_\_\_;
- \_\_\_\_\_.

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры \_\_\_\_\_

(наименование)  
Протокол № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Исполнитель(и):

/	/	/	/
(должность)	(подпись)	(Ф.И.О.)	(дата)
/	/	/	/
(должность)	(подпись)	(Ф.И.О.)	(дата)

Заведующий кафедрой

/	/	/	/
(наименование кафедры)	(подпись)	(Ф.И.О.)	(дата)

