

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный институт культуры**

**УТВЕРЖДЕНО
Председатель УМС
факультета государственной
культурной политики
Единак А.Ю.**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
АРТ-БИЗНЕС И УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ**

**Направление подготовки
50.03.01 Искусство и гуманитарные науки
Профиль подготовки Арт-бизнес и управление в сфере культуры
Квалификация выпускника бакалавр
Форма обучения очная, заочная**

*(РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов)*

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов профессиональных компетенций в области управления арт-проектами, коммерциализации культурных продуктов и разработки стратегий развития организаций креативных индустрий в соответствии с современными тенденциями арт-бизнеса и культурной политики.

Задачи дисциплины:

- знать ключевые принципы управления арт-проектами и коммерциализации культурных продуктов в контексте современных тенденций арт-бизнеса;
- уметь разрабатывать и реализовывать стратегии развития организаций креативных индустрий с учетом экономических и культурных факторов;
- владеть навыками применения профессиональных инструментов арт-менеджмента для эффективного управления ресурсами и стратегиями в сфере культуры.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Арт-бизнес и управление проектами в сфере культуры» входит в состав Блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к обязательной части ОПОП по направлению подготовки 50.03.01 Искусство и гуманитарные науки.

Дисциплина «Арт-бизнес и управление проектами в сфере культуры» изучается на очном отделении с 1 по 4 семестр и на заочном – с 1 по 5 семестр.

Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения таких дисциплин, как «Введение в искусствоведение», «Деловые коммуникации», «Конгрессно-выставочная деятельность», «Креативные индустрии», «Маркетинг в арт-бизнесе», «Музейное дело», «Основы государственной культурной политики», «Основы социально-культурного проектирования», «Стратегический менеджмент», «Управление проектами».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин: «Интеллектуальная собственность и авторское право», «Основы галерейного бизнеса», «Реклама в сфере культуры и арт-бизнеса», «Управление проектами», «Финансово-хозяйственная деятельность учреждений культуры», «Ценообразование и финансирование в арт-бизнесе», «Экспертиза и атрибуция произведений искусства», «Экспертиза культурных ценностей» и прохождения учебной и производственной практики.

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ОПОП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 50.03.01 Искусство и гуманитарные науки.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез	УК-1.1.Анализирует поставленную задачу через выделение ее базовых составляющих	Знать: основные закономерности взаимодействия человека и общества, общества и культуры, исторического развития

<p>информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>УК-1.2. Находит и критически оценивает информацию, необходимую для решения задачи УК-1.3. Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений УК-1.4. Предлагает различные варианты решения задачи, оценивая их последствия УК-1.5. Формулирует собственную гражданскую и мировоззренческую позицию с опорой на системный анализ философских взглядов и исторических закономерностей, процессов, явлений и событий</p>	<p>человечества Уметь: анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы; осмысливать процессы, события и явления мировой истории в динамике их развития, руководствуясь принципами научной объективности и историзма; «мыслить в ретроспективе» и перспективе будущего времени на основе анализа исторических событий и явлений; формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам; использовать полученные теоретические знания о человеке, обществе, культуре, в учебной и профессиональной деятельности; критически осмысливать и обобщать теоретическую информацию; применять системный подход в практике аналитической и исполнительской интерпретации музыкального произведения, написанного различных композиторских техниках. Владеть: технологиями приобретения, использования и обновления социогуманитарных знаний; навыками рефлексии, самооценки</p>
<p>УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способ их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>УК-2.1 Умеет самостоятельно ориентироваться в законодательстве РФ УК-2.2 Формулирует совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение цели с учетом действующих правовых норм УК-2.3 Владеет практикой применения авторского права в РФ в сфере публичных выступлений УК-2.4 Оценивает потребность в ресурсах и планирует их использование при решении задач в</p>	<p>Знать: общую структуру концепции реализуемого проекта, понимать ее составляющие и принципы их формулирования; основные нормативные правовые документы в области профессиональной деятельности; особенности психологии творческой деятельности; закономерности создания художественных образов и музыкального восприятия. Уметь: формулировать взаимосвязанные задачи,</p>

	<p>профессиональной деятельности</p> <p>УК-2.5 Оценивает потребность в ресурсах и планирует их использование при решении задач в профессиональной деятельности</p>	<p>обеспечивающие достижение поставленной цели; ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов; выстраивать оптимальную последовательность психолого-педагогических задач при организации творческого процесса</p> <p>Владеть: навыком выбора оптимального способа решения поставленной задачи, исходя из учета имеющихся ресурсов и планируемых сроков реализации задачи; понятийным аппаратом в области права; навыками самоуправления и рефлексии, постановки целей и задач, развития творческого мышления</p>
<p>ОПК-8 Способность ориентироваться в различных типах словесной культуры</p>	<p>ОПК-8.1 Ориентируется в типах словесной культуры, оценивает уровень соответствия письменных и (или) устных текстов языковым нормам;</p> <p>ОПК-8.2 Выбирает наиболее стилистически уместные и выразительные языковые средства для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>Знает: рациональные и эмоциональные средства создания высказываний различной функциональной принадлежности; особенности употребления речевых средств на разных уровнях языковой системы (фонетика, морфология, синтаксис); нормы современного русского литературного языка</p> <p>Умеет: использовать тропы и фигуры в речи; создавать тексты различной стилевой и жанровой принадлежности; работать с иноязычными текстами профессиональной тематики, ориентированными на определенную форму речевого общения</p> <p>Владеет: навыками публичного выступления; различными стилистическими приемами создания образности речи, усиления ее выразительности; речевыми умениями создания коммуникативно совершенных текстов с учетом ситуации общения, сферы деятельности</p>
<p>ПК-3 Способен осуществлять предпринимательскую деятельность в</p>	<p>ПК 3.1. Разработка и реализация бизнес-планов создания нового бизнеса в сфере искусства и культуры</p>	<p>Знать: основы хозяйственного, договорного и авторского права, основы организации предпринимательской</p>

сфере культуры и искусства	ПК 3.2. Организация и ведение предпринимательской деятельности в сфере искусства и культуры	<p>деятельности и бизнес планирования, основы стратегического и финансового менеджмента, технологии принятия предпринимательских решений; механизмы функционирования предприятия в сфере искусства и культуры; сущность предпринимательского риска и основные способы его снижения</p> <p>Уметь: выявлять рыночные возможности; разрабатывать бизнес-планы создания новых организаций (направлений деятельности, продуктов) в сфере культуры и искусства; планировать потребности в материальных ресурсах и персонале, координировать предпринимательскую деятельность с партнерами и другими участниками рынка; обеспечивать юридически корректное оформление сделок, включая авторские права и защиту интеллектуальной собственности; готовить организационные и распорядительные документы, необходимые для создания/прекращения предпринимательских структур</p> <p>Владеть навыками принятия предпринимательских решений, поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, навыками управления финансами организации культуры и искусства, планирования бюджета и оценки рисков</p>
ПК-4 Способен осуществлять продвижение и реализацию проектов в сфере культуры и арт-бизнеса	<p>ПК 4.1. Осуществляет исследование рынка и продвигает проекты в сфере культуры и арт-бизнеса</p> <p>ПК 4.2. Организует продажи продукции искусства и культуры</p>	<p>Знать: базовые категории рынка и рыночных отношений, состояние мировой и российской индустрии культуры и искусства, современные виды рекламы и PR технологий, технологии бренд менеджмента, технологии планирования, организации и</p>

		<p>бюджетирования рекламной и PR кампании по продвижению проектов в сфере культуры и арт-бизнеса; основы обращения художественных и культурных ценностей, условия товарного обращения произведений искусства на аукционе, в галерее, на выставке, в коллекции, в мастерской и др., технологии продаж произведений культуры и искусства</p> <p>Уметь: осуществлять анализ развития рынка и прогноз цен и рейтингов художников и ценностей искусства и культуры, планировать мероприятия по продвижению проектов в сфере культуры и арт-бизнеса, условия и смету расходов на их проведение, оценивать экономическую и психологическую эффективность рекламных мероприятий; устанавливать и развивать отношения с партнерами, с учреждениями, галереями и представителями бизнеса для расширения возможностей и ресурсов, готовить произведения искусства и культуры и документацию для товарного обращения</p> <p>Владеть: навыками продвижения проектов в сфере культуры и арт-бизнеса, согласования содержательных и организационных вопросов сделки, умением устанавливать отношения с клиентами и партнерами, технологиями продаж произведений искусства и культуры</p>
--	--	---

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины «Арт-бизнес и управление в сфере культуры» составляет 16 з.е, 576 акад. часов, из них контактных 272 акад.ч. (для очной формы обучения) и 60 акад.ч. (для заочной формы обучения), СРС 151 акад.ч. (для очной формы обучения) и 480 акад.ч. (для заочной формы обучения), форма контроля – экзамен.

4.2. Структура дисциплины

для очной формы обучения

№ п/п	Тема/Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы*, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)/ с указанием занятий, проводимых в интерактивных формах					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лекции	Семинары	ИКР	СРС	Контроль	
1	Тема 1. Арт-бизнес как система	1	10	4		12		Доклад в виде презентации
2	Тема 2. Креативные индустрии: классификация и глобальные тенденции	1	10	4		15		Доклад в виде презентации
3	Тема 3. Правовые основы арт-бизнеса	1	8			15		Рубежный контроль - тест
4	Тема 4. Основы культурной политики	1	12	4		15		Доклад в виде презентации
5	Тема 5. Акторы культурной среды и модели управления	1	12	4		10		Доклад в виде презентации
6	экзамен	1					27	Билеты
7	Итого за 1-й семестр:	1	52	16		67	27	экзамен
9	Тема 6. Основы управления арт-проектами	2	12	4		8		Доклад в виде презентации
10	Тема 7. Планирование и реализация культурного проекта	2	12	4		8		Доклад в виде презентации
11	Тема 8. Инструменты проектного управления	2	12			8		Рубежный контроль - тест
12	Тема 9. Оценка эффективности и устойчивости проекта	2	8	4		8		Доклад в виде презентации
13	Тема 10. Управление рисками в креативных проектах	2	8	4		8		Доклад в виде презентации
14	экзамен	2					54	Билеты
15	Итого за 2-й семестр:	2	52	16		40	54	Экзамен
17	Тема 11. Экономика арт-проекта	3	10	4		6		Доклад в виде презентации
18	Тема 12. Модели монетизации культурных продуктов	3	10	4		4		Доклад в виде презентации
19	Тема 13. Финансирование: гранты, краудфандинг,	3	12			6		Рубежный контроль - тест

	партнерства							
20	Тема 14. Арт-маркетинг и продвижение культурных проектов	3	12	4		4		Доклад в виде презентации
21	Тема 15. Работа с аудиторией и партнерами	3	8	4		2		Доклад в виде презентации
22	экзамен	3					36	Билеты
23	Итого за 3-й семестр:	3	52	16		22	36	Экзамен
25	Тема 16. Стратегическое управление в сфере культуры	4	10	4		4		Доклад в виде презентации
26	Тема 17. Организационные модели в креативных индустриях	4	10	4		6		Доклад в виде презентации
27	Тема 18. Международные практики арт-бизнеса	4	12			6		Рубежный контроль - тест
28	Тема 19. Цифровизация и новые форматы в арт-бизнесе	4	10	4		4		Доклад в виде презентации
29	Тема 20. Модели стратегического развития в арт-бизнесе и культурных организациях	4	10	4		2		Доклад в виде презентации
30	экзамен	4					36	Билеты
31	Итого за 4-й семестр:	4	52	16		22	36	Экзамен
32	Итого за курс	1-4	208	64		151	153	Экзамен

для заочной формы обучения

№ п/п	Тема/Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы*, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)/ с указанием занятий, проводимых в интерактивных формах					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лекции	Семинары	ИКР	СРС	Контроль	
1	Тема 1. Арт-бизнес как система	1	2	1		15		Доклад в виде презентации
2	Тема 2. Креативные индустрии: классификация и глобальные тенденции	1	2	1		15		Доклад в виде презентации
3	Тема 3. Правовые основы арт-бизнеса	1	2	1		15		Доклад в виде презентации
4	Тема 4. Основы	1	2	1		15		Доклад в виде

	культурной политики							презентации
5	Итого за 1-й семестр:	1	8	4		60		
6	Тема 5. Акторы культурной среды и модели управления	2	2	1		30		Доклад в виде презентации
7	Тема 6. Основы управления арт-проектами	2	2	1		30		Доклад в виде презентации
8	Тема 7. Планирование и реализация культурного проекта	2	2	1		30		Доклад в виде презентации
9	Тема 8. Инструменты проектного управления	2	2	1		33		Доклад в виде презентации
10	экзамен	2					9	Билеты
11	Итого за 2-й семестр:	2	8	4		123	9	Экзамен
12	Тема 9. Оценка эффективности и устойчивости проекта	3	1	1		20		Доклад в виде презентации
13	Тема 10. Управление рисками в креативных проектах	3	1	1		20		Доклад в виде презентации
14	Тема 11. Экономика арт-проекта	3	2	1		17		Доклад в виде презентации
15	Тема 12. Модели монетизации культурных продуктов	3	2	1		15		Доклад в виде презентации
16	Тема 13. Финансирование: гранты, краудфандинг, партнерства	3	2			15		Доклад в виде презентации
17	экзамен	3					9	Билеты
18	Итого за 3-й семестр:	3	8	4		87	9	Экзамен
19	Тема 14. Арт-маркетинг и продвижение культурных проектов	4	2	1		20		Доклад в виде презентации
20	Тема 15. Работа с аудиторией и партнерами	4	2	1		20		Доклад в виде презентации
21	Тема 16. Стратегическое управление в сфере культуры	4	2	1		22		Доклад в виде презентации
22	Тема 17. Организационные модели в креативных индустриях	4	2	4		25		Доклад в виде презентации
23	экзамен	4					9	Билеты
24	Итого за 4-й семестр:	4	8	4		87	9	Экзамен
25	Тема 18. Международные практики арт-бизнеса	5	2	1		40		Доклад в виде презентации
26	Тема 19. Цифровизация	5	4	1		40		Доклад в виде

	и новые форматы в арт-бизнесе							<i>презентации</i>
27	Тема 20. Модели стратегического развития в арт-бизнесе и культурных организациях	5	2	2		43		<i>Доклад в виде презентации</i>
28	экзамен	5					9	<i>Билеты</i>
29	Итого за 5-й семестр:	5	8	4		123	9	<i>Экзамен</i>
30	Итого за курс	1-5	40	20		480	36	<i>Экзамен</i>

4.3. Содержание разделов дисциплины

№	Наименование раздела (подраздела, темы) дисциплины	Содержание
1	Тема 1. Арт-бизнес как система	Понятие арт-бизнеса, его особенности и отличие от традиционного бизнеса. Арт-рынок и его структура: первичный и вторичный рынки, ключевые участники – художники, галеристы, кураторы, инвесторы.
2	Тема 2. Креативные индустрии: классификация и глобальные тенденции	Обзор секторов креативных индустрий. Международные и российские классификации. Влияние цифровизации и культурной политики на развитие отрасли.
3	Тема 3. Правовые основы арт-бизнеса	Авторское право, договоры в сфере культуры, регулирование деятельности культурных институций. Юридические особенности работы с интеллектуальной собственностью.
4	Тема 4. Основы культурной политики	Понятие культурной политики, ее модели (европейская, американская, российская). Роль государства и негосударственных институтов в формировании арт-среды.
5	Тема 5. Акторы культурной среды и модели управления	Типы организаций в сфере культуры: государственные, частные, некоммерческие. Роли и функции арт-менеджера, креативного продюсера, куратора.
6	Тема 6. Основы управления арт-проектами	Понятие проекта, его жизненный цикл. Роли участников, проектная команда, распределение ответственности.
7	Тема 7. Планирование и реализация культурного проекта	Этапы: идея, концепция, план, реализация, отчетность. Управление сроками, бюджетами, логистикой и персоналом.
8	Тема 8. Инструменты проектного управления	SMART-цели, SWOT-анализ, диаграмма Ганта, логическая матрица проекта. Обозначение Agile-подходов и их адаптация к креативной сфере.
9	Тема 9. Оценка эффективности и устойчивости проекта	Методики количественной и качественной оценки результата. Социальный эффект, вовлечение аудитории, продолжительность жизненного цикла проекта.
10	Тема 10. Управление рисками в креативных проектах	Идентификация, оценка, снижение рисков. Работа с внешними и внутренними вызовами: правовыми, репутационными, экономическими.

11	Тема 11. Экономика арт-проекта	Бюджетирование, модели дохода, структура расходов. Финансовое планирование и прозрачность в культуре.
12	Тема 12. Модели монетизации культурных продуктов	Билеты, мерчандайзинг, спонсорство, лицензирование, NFT и цифровые форматы. Актуальные источники дохода.
13	Тема 13. Финансирование: гранты, краудфандинг, партнерства	Грантовая логика: цели, заявки, отчетность. Краудфандинг как инструмент сбора средств и вовлечения аудитории. Работа с частными инвесторами и фондами.
14	Тема 14. Арт-маркетинг и продвижение культурных проектов	Стратегии позиционирования, выбор каналов коммуникации, digital-маркетинг, социальные сети. Креативная реклама и брендинг в культуре.
15	Тема 15. Работа с аудиторией и партнерами	Форматы вовлечения целевых групп. Создание комьюнити. Партнерские сети и устойчивые коммуникации.
16	Тема 16. Стратегическое управление в сфере культуры	Разработка стратегий для культурных организаций. Анализ внешней и внутренней среды, конкурентные преимущества.
17	Тема 17. Организационные модели в креативных индустриях	Сравнительный анализ форм: НКО, частные галереи, арт-резиденции, фестивали. Примеры успешных структур.
18	Тема 18. Международные практики арт-бизнеса	Глобальные тренды, транснациональные культурные проекты. Модель Creative Europe, ЮНЕСКО, глобальные арт-ярмарки.
19	Тема 19. Цифровизация и новые форматы в арт-бизнесе	VR/AR, метавселенные, онлайн-галереи, цифровой перформанс. Роль технологий в трансформации культурных продуктов.
20	Тема 20. Модели стратегического развития в арт-бизнесе и культурных организациях	Основные модели стратегического развития, применяемые в арт-бизнесе и культурных организациях: целевое, адаптивное, инклюзивное и устойчивое планирование. Подходы к формированию миссии, стратегических целей, позиционирования на рынке и механизмов роста в условиях быстро меняющейся культурной среды

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№ п/п	Наименование раздела /темы	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	Тема 1. Арт-бизнес как система	Лекция	Лекция с использованием мультимедийных технологий
		Семинар	Развернутая беседа с обсуждением доклада в виде презентации
		Самостоятельная работа	Консультирование посредством электронной почты /ЭИОС
2	Тема 2. Креативные индустрии: классификация и глобальные тенденции	Лекция	Лекция с использованием мультимедийных технологий
		Семинар	Развернутая беседа с обсуждением доклада в виде презентации
		Самостоятельная работа	Консультирование посредством электронной почты /ЭИОС
3	Тема 3. Правовые основы	Лекция	Лекция с использованием

	арт-бизнеса		мультимедийных технологий
		Самостоятельная работа	Консультирование посредством электронной почты /ЭИОС
4	Тема 4. Основы культурной политики	Лекция	Лекция с использованием мультимедийных технологий
		Семинар	Развернутая беседа с обсуждением доклада в виде презентации
		Самостоятельная работа	Консультирование посредством электронной почты /ЭИОС
5	Тема 5. Акторы культурной среды и модели управления	Лекция	Лекция с использованием мультимедийных технологий
		Семинар	Развернутая беседа с обсуждением доклада в виде презентации
		Самостоятельная работа	Консультирование посредством электронной почты /ЭИОС
6	Тема 6. Основы управления арт-проектами	Лекция	Лекция с использованием мультимедийных технологий
		Семинар	Развернутая беседа с обсуждением доклада в виде презентации
		Самостоятельная работа	Консультирование посредством электронной почты /ЭИОС
7	Тема 7. Планирование и реализация культурного проекта	Лекция	Лекция с использованием мультимедийных технологий
		Семинар	Развернутая беседа с обсуждением доклада в виде презентации
		Самостоятельная работа	Консультирование посредством электронной почты /ЭИОС
8	Тема 8. Инструменты проектного управления	Лекция	Лекция с использованием мультимедийных технологий
		Самостоятельная работа	Консультирование посредством электронной почты /ЭИОС
9	Тема 9. Оценка эффективности и устойчивости проекта	Лекция	Лекция с использованием мультимедийных технологий
		Семинар	Развернутая беседа с обсуждением доклада в виде презентации
		Самостоятельная работа	Консультирование посредством электронной почты /ЭИОС
10	Тема 10. Управление рисками в креативных проектах	Лекция	Лекция с использованием мультимедийных технологий
		Семинар	Развернутая беседа с обсуждением доклада в виде презентации
		Самостоятельная работа	Консультирование посредством электронной почты /ЭИОС
11	Тема 11. Экономика арт-проекта	Лекция	Лекция с использованием мультимедийных технологий
		Семинар	Развернутая беседа с обсуждением доклада в виде презентации
		Самостоятельная работа	Консультирование посредством электронной почты /ЭИОС
12	Тема 12. Модели монетизации культурных	Лекция	Лекция с использованием мультимедийных технологий

	продуктов	Семинар	Развернутая беседа с обсуждением доклада в виде презентации
		Самостоятельная работа	Консультирование посредством электронной почты /ЭИОС
13	Тема 13. Финансирование: гранты, краудфандинг, партнерства	Лекция	Лекция с использованием мультимедийных технологий
		Самостоятельная работа	Консультирование посредством электронной почты /ЭИОС
14	Тема 14. Арт-маркетинг и продвижение культурных проектов	Лекция	Лекция с использованием мультимедийных технологий
		Семинар	Развернутая беседа с обсуждением доклада в виде презентации
		Самостоятельная работа	Консультирование посредством электронной почты /ЭИОС
15	Тема 15. Работа с аудиторией и партнерами	Лекция	Лекция с использованием мультимедийных технологий
		Семинар	Развернутая беседа с обсуждением доклада в виде презентации
		Самостоятельная работа	Консультирование посредством электронной почты /ЭИОС
16	Тема 16. Стратегическое управление в сфере культуры	Лекция	Лекция с использованием мультимедийных технологий
		Семинар	Развернутая беседа с обсуждением доклада в виде презентации
		Самостоятельная работа	Консультирование посредством электронной почты /ЭИОС
17	Тема 17. Организационные модели в креативных индустриях	Лекция	Лекция с использованием мультимедийных технологий
		Семинар	Развернутая беседа с обсуждением доклада в виде презентации
		Самостоятельная работа	Консультирование посредством электронной почты /ЭИОС
18	Тема 18. Международные практики арт-бизнеса	Лекция	Лекция с использованием мультимедийных технологий
		Самостоятельная работа	Консультирование посредством электронной почты /ЭИОС
19	Тема 19. Цифровизация и новые форматы в арт-бизнесе	Лекция	Лекция с использованием мультимедийных технологий
		Семинар	Развернутая беседа с обсуждением доклада в виде презентации
		Самостоятельная работа	Консультирование посредством электронной почты /ЭИОС
20	Тема 20. Модели стратегического развития в арт-бизнесе и культурных организациях	Лекция	Лекция с использованием мультимедийных технологий
		Семинар	Развернутая беседа с обсуждением доклада в виде презентации
		Самостоятельная работа	Консультирование посредством электронной почты /ЭИОС

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль выполнения заданий осуществляется регулярно, начиная с первой недели семестра. Текущий контроль освоения отдельных разделов дисциплины осуществляется при помощи оценки докладов в виде презентаций на семинарах, конспектов. Система текущего контроля успеваемости служит не только оценке уровня компетентностной подготовки обучающегося и способствует в дальнейшем наиболее качественному и объективному оцениванию его в ходе промежуточной аттестации, но и самооценке обучающегося, стимулируя его усилия.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Арт-бизнес и управление в сфере культуры» проводится в форме экзамена.

Демоверсия теста для текущего (рубежного) контроля

Внимательно прочтите задания и выберите 1 верный вариант ответа на предлагаемые задания.

№ п/п	Компетенция (часть компетенции)	Вопрос	Варианты ответов
1	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Какой из методов наилучшим образом подходит для системного анализа внешней и внутренней среды арт-проекта?	а) метод проб и ошибок б) SWOT-анализ в) метод экспертных оценок г) мозговой штурм
2		Что представляет собой системный подход в управлении арт-проектами?	а) подход, ориентированный на интуитивное принятие решений б) последовательность действий без учета взаимосвязей в) комплексное рассмотрение всех элементов проекта и их взаимосвязей г) индивидуальное принятие решений без анализа внешней среды
3		Какой источник информации будет наиболее релевантным при анализе целевой аудитории культурного проекта?	а) личное мнение менеджера б) публичные отчеты фондов в) результаты социологических исследований г) слухи и публикации в блогах
4		Какой способ анализа позволяет выявить сильные и слабые стороны арт-организации при стратегическом планировании?	а) фокус-группа б) PEST-анализ в) SWOT-анализ г) методы визуализации
5		Что является примером синтеза информации в управлении	а) изучение отчета о прошлых мероприятиях б) объединение данных из разных

		культурными проектами?	источников для формирования концепции проекта в) критика решений предыдущего руководства г) чтение законодательных актов о культуре
6		Какие источники информации наиболее полезны при разработке бизнес-модели арт-проекта?	а) профили пользователей в социальных сетях б) статистика продаж аналогичных проектов, экспертные мнения, данные по целевой аудитории в) личные впечатления участников команды г) новости в развлекательных изданиях
7		Что лучше всего характеризует критическое мышление в арт-менеджменте?	а) автоматическое копирование успешных кейсов б) способность анализировать источники и делать обоснованные выводы в) следование модным трендам г) умение делегировать задачи команде
8		Какое решение наиболее соответствует системному подходу в управлении арт-проектом?	а) сосредоточиться только на творческой составляющей б) проанализировать все компоненты проекта и их взаимное влияние в) полностью скопировать модель другого проекта г) передать ответственность за планирование подрядчику
9		Какой инструмент лучше всего подходит для сбора и структурирования информации при подготовке культурного проекта?	а) таблица SWOT б) рекламный баннер в) инфографика с логотипом проекта г) музыкальный трек
10		Какие действия наиболее эффективно демонстрируют применение критического анализа при оценке арт-проекта?	а) сравнение проекта с личными предпочтениями менеджера б) изучение обратной связи, финансовых результатов и достижений целей проекта в) участие в обсуждении на выставке г) использование стандартных решений без анализа
11.	УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать	Что является первым шагом при планировании культурного проекта?	а) проведение пресс-конференции б) выбор подрядчиков в) формулировка цели и задач проекта г) рассылка приглашений

	оптимальные способ их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений		партнерам
12		Какой из подходов наилучшим образом учитывает ограниченные ресурсы при реализации арт-проекта?	а) использование максимального количества подрядчиков б) распределение бюджета без приоритизации в) выбор приоритетных задач и оптимизация расходов г) приглашение как можно большого количества участников
13		Какой правовой документ регулирует авторские права в арт- бизнесе на территории РФ?	а) Уголовный кодекс РФ б) Налоговый кодекс РФ в) Гражданский кодекс РФ (часть IV) г) Трудовой кодекс РФ
14		Какие факторы следует учитывать при выборе формата проведения культурного мероприятия?	а) только личные предпочтения организатора б) уровень художественной ценности проекта в) доступные ресурсы, целевую аудиторию, нормативные ограничения г) популярность аналогичных мероприятий
15		Какой вариант наилучшим образом отражает принцип соответствия задач проекта его цели?	а) проведение мероприятия без учета целевой аудитории б) проведение активности ради отчетности в) формулировка задач, направленных на достижение измеримых результатов г) подгонка целей под уже готовый сценарий
16		Какой формат культурной организации имеет наибольшую автономию в принятии управленческих решений?	а) бюджетное учреждение б) автономное учреждение в) государственное унитарное предприятие г) Департамент культуры
17		Что относится к ограничениям, которые необходимо учитывать при планировании арт- проекта?	а) наличие идей и концепций б) доступность команды дизайнеров в) законодательные требования, бюджет, сроки г) художественные предпочтения автора
18		Какой метод помогает определить круг задач проекта в рамках доступных ресурсов?	а) метод подбора случайных решений б) метод интуитивного управления в) метод логической декомпозиции задач (Work Breakdown Structure) г) метод свободного творчества
19		Какой документ	а) пресс-релиз

		используется для формального описания правовых аспектов сотрудничества с партнерами в арт-проекте?	б) контракт или договор в) пост в социальных сетях г) программа мероприятия
20		Что может считаться ресурсом при реализации культурного проекта?	а) только бюджет б) только команда в) финансовые, временные, человеческие и материальные ресурсы г) только материальные ресурсы
21.	ОПК-8 Способность ориентироваться в различных типах словесной культуры	Какой тип словесной культуры характерен для официально-делового общения в арт-менеджменте?	а) художественный стиль б) разговорный стиль в) официально-деловой стиль г) публицистический стиль
22		Какой стиль речи предпочтителен при составлении заявки на грант для культурного проекта?	а) разговорный б) художественный в) официально-деловой г) эмоционально-экспрессивный
23		Какой тип словесной культуры преобладает в кураторских текстах, поясняющих концепцию выставки?	а) разговорный б) художественный в) научно-популярный г) публицистический
24		Что относится к элементам профессиональной речи арт-менеджера?	а) стихийные выражения б) просторечие в) термины, речевые клише, структурированность г) эмоционально-окрашенные обороты
25		Какой тип словесной культуры характерен для описания концепции арт-проекта в презентации?	а) художественный б) официально-деловой в) публицистический г) научный с элементами образности и выразительности
26		Какой стиль речи чаще всего используется при общении с широкой аудиторией в социальных сетях от имени культурной организации?	а) художественный б) публицистический с элементами разговорного в) научный г) официально-деловой
27		Что отличает художественный тип словесной культуры от других типов?	а) использование терминологии и аналитических конструкций б) преобладание эмоционально-образной речи в) четкость формулировок и сухость изложения г) стандартизированная структура

			текста
28		Какой стиль целесообразнее использовать в отчете по результатам культурного проекта для грантодателя?	а) научный б) разговорный в) официально-деловой г) художественный
29		Какая форма речевой культуры уместна при ведении переговоров с бизнес-партнерами?	а) научная с обилием цитат б) разговорная с элементами шуток в) дипломатично-деловая, структурированная речь г) свободная, художественная подача
30		Что лучше демонстрирует владение словесной культурой в арт-бизнесе?	а) умение пересказывать художественные тексты б) способность использовать стиль в зависимости от ситуации и аудитории в) применение архаичных выражений г) использование исключительно официального языка во всех ситуациях
31.	ПК-3 Способен осуществлять предпринимательскую деятельность в сфере культуры и искусства	Какой документ необходим для легализации предпринимательской деятельности в сфере культуры?	а) учредительный договор б) сертификат соответствия в) свидетельство о регистрации ИП или юридического лица г) акт приема-передачи имущества
32		Какой источник финансирования чаще всего используется начинающими предпринимателями в креативных индустриях?	а) налоговые поступления б) пожертвования церкви в) краудфандинг г) средства из бюджета других организаций
33		Что является примером культурного предпринимательства?	а) проведение бесплатных школьных экскурсий б) управление частной арт-галереей с коммерческими целями в) работа в государственном музее г) волонтерская деятельность в театре
34		Какой бизнес-инструмент помогает предпринимателю в сфере культуры оценить рыночную нишу и конкурентов?	а) SWOT-анализ б) рекламный буклет в) годовой отчет г) публикация в СМИ
35		Что является основной целью предпринимательской деятельности в сфере	а) получение государственного статуса б) привлечение медийного внимания

		культуры?	в) создание культурного продукта и получение дохода г) соблюдение музейных стандартов
36		Какая форма юридической организации чаще всего используется в малом культурном бизнесе?	а) акционерное общество б) государственное учреждение в) индивидуальный предприниматель или ООО г) муниципальное предприятие
37		Какой документ нужен для планирования финансово-хозяйственной деятельности арт-бизнеса?	а) график мероприятий б) маркетинговое письмо в) бизнес-план г) учебный план
38		Какой из элементов арт-бизнеса относится к нематериальным активам?	а) здание галереи б) авторские права на арт-объект в) оборудование выставочного зала г) инвестиции в оборудование
39		Какой из каналов продвижения культурного продукта считается наиболее эффективным в условиях ограниченного бюджета?	а) реклама на телевидении б) реклама в печатных СМИ в) таргетированная реклама в соцсетях г) наружная реклама
40		Что наиболее точно отражает предпринимательский подход в сфере искусства?	а) консервативное управление без рисков б) только выполнение государственных заказов в) инициатива, ориентация на рынок, создание ценности и устойчивый доход г) работа исключительно в сфере образования
41.	ПК-4 Способен осуществлять продвижение и реализацию проектов в сфере культуры и арт-бизнеса	Что является ключевым элементом продвижения арт-проекта?	а) упаковка продукта б) художественная ценность в) коммуникационная стратегия г) исторический контекст
42		Что необходимо для успешной реализации культурного проекта?	а) только высокая художественная идея б) уникальное оформление презентации в) четкое планирование, управление ресурсами и командой г) наличие международного партнера
43		Какой инструмент используется для определения каналов и методов продвижения арт-проекта?	а) PEST-анализ б) органиграмма в) маркетинговый план г) календарный план-график
44		Какой формат	а) посты в TikTok

		взаимодействия наиболее эффективен для продвижения арт-проекта среди профессионального сообщества?	б) баннеры на улицах в) участие в профильных фестивалях, форумах и выставках г) персональные приглашения через мессенджеры
45		Что является основным критерием эффективности реализации культурного проекта?	а) уровень креативности оформления б) объем охвата в социальных сетях в) достижение поставленных целей в рамках бюджета и сроков г) количество привлеченных звезд
46		Какой элемент арт-маркетинга помогает установить связь с целевой аудиторией?	а) цветовая палитра афиши б) пресс-релиз в) УТП (уникальное торговое предложение) г) референсы в дизайне
47		Что следует учитывать при выборе стратегии продвижения культурного проекта?	а) уровень образования руководителя б) место проживания организаторов в) профиль и поведение целевой аудитории г) сезонность отпусков
48		Какой из каналов наиболее подходит для продвижения нишевого арт-проекта?	а) радиоэфир б) телевизионная реклама в) тематические сообщества в соцсетях г) массовые печатные издания
49		Какой из подходов эффективен для расширения партнерской сети при реализации арт-проекта?	а) конкуренция с локальными актерами б) секретность бизнес-модели в) установление взаимовыгодных коммуникаций и сотрудничества г) отказ от привлечения внешних участников
50		Какой документ помогает контролировать ход реализации культурного проекта?	а) пресс-кит б) график публикаций в соцсетях в) план-график (дорожная карта) проекта г) сценарий мероприятия

Ключи к тестовому заданию

№ вопроса	Правильный ответ	№ вопроса	Правильный ответ	№ вопроса	Правильный ответ
1	б	21	в	41	в
2	в	22	в	42	в
3	в	23	г	43	в
4	в	24	в	44	в
5	б	25	г	45	в

6	б	26	б	46	в
7	б	27	б	47	в
8	б	28	в	48	в
9	а	29	в	49	в
10	б	30	б	50	в
11	в	31	в		
12	в	32	в		
13	в	33	б		
14	в	34	а		
15	в	35	в		
16	б	36	в		
17	в	37	в		
18	в	38	б		
19	б	39	в		
20	в	40	в		

Критерии оценивания:

Ответ верен – 1 балл

Ответ неверен – 0 баллов.

Правила оформления доклада в виде презентации для семинарских занятий

3.1. Доклад в виде презентации

Задание ориентировано на совершенствование умений самостоятельно работать с научной литературой в области арт-бизнеса и управления проектами в сфере культуры, с полученным фактическим материалом; на развитие критического мышления, индивидуально-творческого стиля деятельности, формирование навыков исследовательской деятельности, развитие профессиональных качеств бакалавров.

Требования к оформлению доклада в виде презентации

Доклад — расширенное устное сообщение (10-15 мин.), представленное в виде презентации и созданное на основе совокупности ранее опубликованных исследовательских, научных и опытно-экспериментальных работ, имеющих большое значение для теории науки и практического применения, представляет собой обобщенное изложение результатов проведенных исследований, экспериментов и разработок, известных широкому кругу специалистов в отрасли научных знаний.

Работать над докладом рекомендуется в следующей последовательности:

- глубоко изучить рекомендованную литературу по данному вопросу;
- критически оценивать привлекаемую для доклада научную литературу, подумать над правильностью и доказательностью выдвигаемых автором тех или иных положений;
- хорошо продумать и составить подробный план доклада;
- сопоставить рассматриваемые в изученных работах положения, факты, выделить в них общее и особенное, обобщить изученный материал в соответствии с намеченным планом доклада;
- тщательно продумать правильность изложенного в докладе того или иного положения, систематизировать аргументы в его защиту или против неправильных суждений;
- сделать необходимые ссылки на использованную в докладе литературу, другие источники;
- подготовить необходимые к работе иллюстрации, умело использовать личные наблюдения, педагогический опыт и отразить это в презентации.

Компьютерная презентация доклада – это электронный мультимедийный документ, который создают и используют для подачи информации широкой аудитории в наглядном и лаконичном виде.

Презентация оформляется по определенной структуре:

- титульный лист с входными данными;
- текст хорошо написан и сформированные идеи ясно изложены и структурированы в презентации;
- слайды представлены в логической последовательности;

- список источников информации.

6.1. Система оценивания

Форма контроля	Компетенция	Оценка
Текущий контроль: - доклад на семинаре в виде презентации (тема 1-2, 4-7, 9-12, 14-17, 19-20)	УК-1, УК-2, ОПК-8 ПК-3, ПК-4	отлично/хорошо/удовлетворительно /неудовлетворительно
Промежуточная аттестация: экзамен	УК-1, УК-2, ОПК-8 ПК-3, ПК-4	отлично/хорошо/удовлетворительно /неудовлетворительно

6.2. Критерии оценки результатов по дисциплине

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
«отлично»	<p>Выставляется обучающемуся, если компетенции, закрепленные за дисциплиной, сформированы (по результатам обучения в формате знать-уметь-владеть) в полном объеме на уровне «высокий», и студент демонстрирует как результат обучения следующие знания, умения и навыки: студент глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, продемонстрировал это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет сочетать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учетом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>
«хорошо»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и, по существу, излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приемами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учетом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закрепленные за дисциплиной, сформированы на уровне «хороший».</p>
«удовлетворительно»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе</p>

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
	<p>промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определенные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приемами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учетом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закрепленные за дисциплиной, сформированы на уровне «достаточный».</p>
«неудовлетворительно»	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьезные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приемами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учетом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закрепленные за дисциплиной, не сформированы.</p>

6.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Тест для текущего (рубежного) контроля

Внимательно прочтите задания и выберите 1 верный вариант ответа на предлагаемые задания.

№ п/п	Компетенция (часть компетенции)	Вопрос	Варианты ответов
1	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных	Какой из методов наилучшим образом подходит для системного анализа внешней и внутренней среды арт-проекта?	<p>а) метод проб и ошибок</p> <p>б) SWOT-анализ</p> <p>в) метод экспертных оценок</p> <p>г) мозговой штурм</p>
2		Что представляет собой системный подход в управлении арт-проектами?	<p>а) подход, ориентированный на интуитивное принятие решений</p> <p>б) последовательность действий без учета взаимосвязей</p> <p>в) комплексное рассмотрение всех элементов проекта и их взаимосвязей</p>

	задач		г) индивидуальное принятие решений без анализа внешней среды
3		Какой источник информации будет наиболее релевантным при анализе целевой аудитории культурного проекта?	а) личное мнение менеджера б) публичные отчеты фондов в) результаты социологических исследований г) слухи и публикации в блогах
4		Какой способ анализа позволяет выявить сильные и слабые стороны арт-организации при стратегическом планировании?	а) фокус-группа б) PEST-анализ в) SWOT-анализ г) методы визуализации
5		Что является примером синтеза информации в управлении культурными проектами?	а) изучение отчета о прошлых мероприятиях б) объединение данных из разных источников для формирования концепции проекта в) критика решений предыдущего руководства г) чтение законодательных актов о культуре
6		Какие источники информации наиболее полезны при разработке бизнес-модели арт-проекта?	а) профили пользователей в социальных сетях б) статистика продаж аналогичных проектов, экспертные мнения, данные по целевой аудитории в) личные впечатления участников команды г) новости в развлекательных изданиях
7		Что лучше всего характеризует критическое мышление в арт-менеджменте?	а) автоматическое копирование успешных кейсов б) способность анализировать источники и делать обоснованные выводы в) следование модным трендам г) умение делегировать задачи команде
8		Какое решение наиболее соответствует системному подходу в управлении арт-проектом?	а) сосредоточиться только на творческой составляющей б) проанализировать все компоненты проекта и их взаимное влияние в) полностью скопировать модель другого проекта г) передать ответственность за планирование подрядчику
9		Какой инструмент лучше всего подходит для сбора	а) таблица SWOT б) рекламный баннер

		и структурирования информации при подготовке культурного проекта?	в) инфографика с логотипом проекта г) музыкальный трек
10		Какие действия наиболее эффективно демонстрируют применение критического анализа при оценке арт-проекта?	а) сравнение проекта с личными предпочтениями менеджера б) изучение обратной связи, финансовых результатов и достижений целей проекта в) участие в обсуждении на выставке г) использование стандартных решений без анализа
11.	УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способ их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Что является первым шагом при планировании культурного проекта?	а) проведение пресс-конференции б) выбор подрядчиков в) формулировка цели и задач проекта г) рассылка приглашений партнерам
12		Какой из подходов наилучшим образом учитывает ограниченные ресурсы при реализации арт-проекта?	а) использование максимального количества подрядчиков б) распределение бюджета без приоритизации в) выбор приоритетных задач и оптимизация расходов г) приглашение как можно большего количества участников
13		Какой правовой документ регулирует авторские права в арт-бизнесе на территории РФ?	а) Уголовный кодекс РФ б) Налоговый кодекс РФ в) Гражданский кодекс РФ (часть IV) г) Трудовой кодекс РФ
14		Какие факторы следует учитывать при выборе формата проведения культурного мероприятия?	а) только личные предпочтения организатора б) уровень художественной ценности проекта в) доступные ресурсы, целевую аудиторию, нормативные ограничения г) популярность аналогичных мероприятий
15		Какой вариант наилучшим образом отражает принцип соответствия задач проекта его цели?	а) проведение мероприятия без учета целевой аудитории б) проведение активности ради отчетности в) формулировка задач, направленных на достижение измеримых результатов г) подгонка целей под уже готовый сценарий
16		Какой формат культурной организации имеет наибольшую автономию в принятии	а) бюджетное учреждение б) автономное учреждение в) государственное унитарное предприятие

		управленческих решений?	г) Департамент культуры
17		Что относится к ограничениям, которые необходимо учитывать при планировании арт-проекта?	а) наличие идей и концепций б) доступность команды дизайнеров в) законодательные требования, бюджет, сроки г) художественные предпочтения автора
18		Какой метод помогает определить круг задач проекта в рамках доступных ресурсов?	а) метод подбора случайных решений б) метод интуитивного управления в) метод логической декомпозиции задач (Work Breakdown Structure) г) метод свободного творчества
19		Какой документ используется для формального описания правовых аспектов сотрудничества с партнерами в арт-проекте?	а) пресс-релиз б) контракт или договор в) пост в социальных сетях г) программа мероприятия
20		Что может считаться ресурсом при реализации культурного проекта?	а) только бюджет б) только команда в) финансовые, временные, человеческие и материальные ресурсы г) только материальные ресурсы
21.	ОПК-8 Способность ориентироваться в различных типах словесной культуры	Какой тип словесной культуры характерен для официально-делового общения в арт-менеджменте?	а) художественный стиль б) разговорный стиль в) официально-деловой стиль г) публицистический стиль
22		Какой стиль речи предпочтителен при составлении заявки на грант для культурного проекта?	а) разговорный б) художественный в) официально-деловой г) эмоционально-экспрессивный
23		Какой тип словесной культуры преобладает в кураторских текстах, поясняющих концепцию выставки?	а) разговорный б) художественный в) научно-популярный г) публицистический
24		Что относится к элементам профессиональной речи арт-менеджера?	а) стихийные выражения б) просторечие в) термины, речевые клише, структурированность г) эмоционально-окрашенные обороты
25		Какой тип словесной культуры характерен для описания концепции арт-проекта в презентации?	а) художественный б) официально-деловой в) публицистический г) научный с элементами образности

			и выразительности
26		Какой стиль речи чаще всего используется при общении с широкой аудиторией в социальных сетях от имени культурной организации?	а) художественный б) публицистический с элементами разговорного в) научный г) официально-деловой
27		Что отличает художественный тип словесной культуры от других типов?	а) использование терминологии и аналитических конструкций б) преобладание эмоционально-образной речи в) четкость формулировок и сухость изложения г) стандартизированная структура текста
28		Какой стиль целесообразнее использовать в отчете по результатам культурного проекта для грантодателя?	а) научный б) разговорный в) официально-деловой г) художественный
29		Какая форма речевой культуры уместна при ведении переговоров с бизнес-партнерами?	а) научная с обилием цитат б) разговорная с элементами шуток в) дипломатично-деловая, структурированная речь г) свободная, художественная подача
30		Что лучше демонстрирует владение словесной культурой в арт-бизнесе?	а) умение пересказывать художественные тексты б) способность использовать стиль в зависимости от ситуации и аудитории в) применение архаичных выражений г) использование исключительно официального языка во всех ситуациях
31.	ПК-3 Способен осуществлять предпринимательскую деятельность в сфере культуры и искусства	Какой документ необходим для легализации предпринимательской деятельности в сфере культуры?	а) учредительный договор б) сертификат соответствия в) свидетельство о регистрации ИП или юридического лица г) акт приема-передачи имущества
32		Какой источник финансирования чаще всего используется начинающими предпринимателями в креативных индустриях?	а) налоговые поступления б) пожертвования церкви в) краудфандинг г) средства из бюджета других организаций
33		Что является примером культурного	а) проведение бесплатных школьных экскурсий

		предпринимательства?	б) управление частной арт-галереей с коммерческими целями в) работа в государственном музее г) волонтерская деятельность в театре
34		Какой бизнес-инструмент помогает предпринимателю в сфере культуры оценить рыночную нишу и конкурентов?	а) SWOT-анализ б) рекламный буклет в) годовой отчет г) публикация в СМИ
35		Что является основной целью предпринимательской деятельности в сфере культуры?	а) получение государственного статуса б) привлечение медийного внимания в) создание культурного продукта и получение дохода г) соблюдение музейных стандартов
36		Какая форма юридической организации чаще всего используется в малом культурном бизнесе?	а) акционерное общество б) государственное учреждение в) индивидуальный предприниматель или ООО г) муниципальное предприятие
37		Какой документ нужен для планирования финансово-хозяйственной деятельности арт-бизнеса?	а) график мероприятий б) маркетинговое письмо в) бизнес-план г) учебный план
38		Какой из элементов арт-бизнеса относится к нематериальным активам?	а) здание галереи б) авторские права на арт-объект в) оборудование выставочного зала г) инвестиции в оборудование
39		Какой из каналов продвижения культурного продукта считается наиболее эффективным в условиях ограниченного бюджета?	а) реклама на телевидении б) реклама в печатных СМИ в) таргетированная реклама в соцсетях г) наружная реклама
40		Что наиболее точно отражает предпринимательский подход в сфере искусства?	а) консервативное управление без рисков б) только выполнение государственных заказов в) инициатива, ориентация на рынок, создание ценности и устойчивый доход г) работа исключительно в сфере образования
41.	ПК-4 Способен осуществлять продвижение и реализацию проектов в сфере	Что является ключевым элементом продвижения арт-проекта?	а) упаковка продукта б) художественная ценность в) коммуникационная стратегия г) исторический контекст
42		Что необходимо для	а) только высокая художественная

	культуры и арт-бизнеса	успешной реализации культурного проекта?	идея б) уникальное оформление презентации в) четкое планирование, управление ресурсами и командой г) наличие международного партнера
43		Какой инструмент используется для определения каналов и методов продвижения арт-проекта?	а) PEST-анализ б) органиграмма в) маркетинговый план г) календарный план-график
44		Какой формат взаимодействия наиболее эффективен для продвижения арт-проекта среди профессионального сообщества?	а) посты в TikTok б) баннеры на улицах в) участие в профильных фестивалях, форумах и выставках г) персональные приглашения через мессенджеры
45		Что является основным критерием эффективности реализации культурного проекта?	а) уровень креативности оформления б) объем охвата в социальных сетях в) достижение поставленных целей в рамках бюджета и сроков г) количество привлеченных звезд
46		Какой элемент арт-маркетинга помогает установить связь с целевой аудиторией?	а) цветовая палитра афиши б) пресс-релиз в) УТП (уникальное торговое предложение) г) референсы в дизайне
47		Что следует учитывать при выборе стратегии продвижения культурного проекта?	а) уровень образования руководителя б) место проживания организаторов в) профиль и поведение целевой аудитории г) сезонность отпусков
48		Какой из каналов наиболее подходит для продвижения нишевого арт-проекта?	а) радиоэфир б) телевизионная реклама в) тематические сообщества в соцсетях г) массовые печатные издания
49		Какой из подходов эффективен для расширения партнерской сети при реализации арт-проекта?	а) конкуренция с локальными актерами б) секретность бизнес-модели в) установление взаимовыгодных коммуникаций и сотрудничества г) отказ от привлечения внешних участников
50		Какой документ помогает контролировать ход реализации культурного	а) пресс-кит б) график публикаций в соцсетях в) план-график (дорожная карта) проекта

		проекта?	г) сценарий мероприятия
--	--	----------	-------------------------

Ключи к тестовому заданию

№ вопроса	Правильный ответ	№ вопроса	Правильный ответ	№ вопроса	Правильный ответ
1	б	21	в	41	в
2	в	22	в	42	в
3	в	23	г	43	в
4	в	24	в	44	в
5	б	25	г	45	в
6	б	26	б	46	в
7	б	27	б	47	в
8	б	28	в	48	в
9	а	29	в	49	в
10	б	30	б	50	в
11	в	31	в		
12	в	32	в		
13	в	33	б		
14	в	34	а		
15	в	35	в		
16	б	36	в		
17	в	37	в		
18	в	38	б		
19	б	39	в		
20	в	40	в		

Критерии оценивания:

Ответ верен – 1 балл

Ответ неверен – 0 баллов.

Темы докладов в виде презентации на семинарах для проведения текущего контроля (УК-1, УК-2, ОПК-8, ПК-3, ПК-4)

1. Основные отличия креативных индустрий от традиционной экономики.
2. Влияние креативных индустрий на развитие городской среды.
3. Роль креативного класса в социокультурной трансформации.
4. Значение авторского права в сфере искусства.
5. Практика заключения договоров в культурной индустрии.
6. Риски и правовые конфликты в арт-среде.
7. Сравнение государственной и рыночной модели культурной политики.
8. Культурная политика как инструмент идентичности и развития.
9. Влияние нормативных актов на функционирование арт-среды.
10. Формирование команды и определение управленческих функций.
11. Этапы жизненного цикла арт-проекта.
12. Особенности планирования в культурной сфере.
13. Применение SMART и SWOT в арт-практике.
14. Возможности и ограничения диаграммы Ганта для креативных проектов.
15. Роль проектной документации в управлении.
16. Факторы риска в культурной деятельности.
17. Подходы к мониторингу и контролю результатов.
18. Критерии устойчивости культурного проекта.

19. Этические дилеммы в управлении культурными проектами.
20. Социальная ответственность продюсера.
21. Инклюзивность и участие в культурных инициативах.
22. Структура бюджета культурного проекта
23. Соотношение коммерческих и некоммерческих источников финансирования.
24. Принципы финансовой прозрачности в арт-менеджменте
25. Потенциал мерча, цифровых продуктов и авторских прав.
26. Влияние новых технологий на форматы монетизации.
27. Отличие прибыльной модели от устойчивой модели.
28. Особенности составления проектной заявки.
29. Роль фандрейзинга в стратегическом управлении.
30. Эффективность краудфандинга как маркетингового инструмента.
31. Этапы формирования маркетинговой стратегии.
32. Выбор целевых аудиторий и каналов коммуникации.
33. Специфика продвижения культурного продукта.
34. Формулирование миссии и стратегических целей.
35. Выбор модели развития в зависимости от типа организации.
36. Роль внешней среды в стратегическом принятии решений.
37. Отличия НКО и частных культурных инициатив.
38. Преимущества и ограничения гибких организационных моделей.
39. Институциональные барьеры для развития независимых проектов.
40. Влияние цифровизации на стратегические приоритеты.
41. Интернационализация арт-рынка и культурная дипломатия.
42. Значение глобальных сетей и платформ.
43. Применимость классических стратегий (BSC, Porter, Ansoff) в культурной сфере.
44. Роль креативного продюсера в формировании стратегии.
45. Перспективы развития арт-бизнеса в условиях социокультурной нестабильности.

**Вопросы к экзамену для промежуточного контроля
(УК-1, УК-2, ОПК-8, ПК-3, ПК-4)**

1-й семестр

1. Основные черты арт-бизнеса как института культурной экономики
2. Отличительные особенности арт-рынка по сравнению с традиционным рынком
3. Роль искусства как нематериального актива в рыночной системе
4. Влияние художественной ценности на экономическую стоимость произведения
5. Система взаимодействия между автором, продюсером и потребителем
6. Структура цепочки создания стоимости в арт-бизнесе
7. Понятие «культурный продукт» в контексте арт-бизнеса
8. Инструменты капитализации художественного труда
9. Символический капитал как ресурс арт-экономики
10. Соотношение эстетических и коммерческих факторов в арт-практике
11. Позиция арт-бизнеса в системе креативных индустрий
12. Основные направления креативных индустрий в международных классификациях
13. Влияние цифровых технологий на формирование новых творческих профессий
14. Отличие креативных индустрий от культурной сферы в узком смысле

15. Экономико-социальная роль креативных индустрий в современном обществе
16. Механизмы государственной поддержки креативных индустрий
17. Вклад креативных индустрий в развитие городской среды
18. Понятие культурного предпринимательства в контексте арт-бизнеса
19. Влияние глобализации на культурное производство
20. Трансформация модели «творец — посредник — потребитель» в цифровую эпоху
21. Правовые основания функционирования организаций культуры
22. Авторское право как основа защиты культурного продукта
23. Значение интеллектуальной собственности в креативной экономике
24. Правовые риски в арт-бизнесе и способы их минимизации
25. Договор как инструмент юридического оформления арт-сделок
26. Позиция НКО в правовом поле культурной деятельности
27. Сравнение организационно-правовых форм учреждений культуры
28. Механизмы правового регулирования арт-рынка в России
29. Юридические ограничения на оборот произведений искусства
30. Международные конвенции и соглашения в области охраны культурного наследия
31. Культурная политика как элемент государственной стратегии
32. Модели культурной политики в разных странах
33. Институциональные механизмы формирования культурной политики
34. Роль государства в регулировании и развитии культурной среды
35. Функции и задачи органов управления культурой
36. Акторы культурной политики: государственные, частные и общественные структуры
37. Связь между культурной политикой и арт-рынком
38. Влияние культурной политики на формирование творческих сообществ
39. Конфликты интересов между культурными институтами и рынком
40. Принципы взаимодействия культурных организаций с органами власти

2-й семестр

1. Понятие культурного проекта в арт-менеджменте
2. Этапы жизненного цикла проекта в сфере культуры
3. Структура и логика проектной документации
4. Порядок разработки проектной концепции
5. Механизмы принятия решений в проектной среде
6. Типология культурных проектов по масштабу и тематике
7. Роли участников в реализации арт-проекта
8. Значение лидерства в проектной команде
9. Форматы взаимодействия между заказчиком и исполнителем
10. Отличия проектного подхода от процессного управления
11. Основные блоки проектного плана
12. Принципы бюджетирования в культурных проектах
13. Инструменты управления временными ресурсами
14. Системы контроля хода реализации проекта
15. Формы внутренней и внешней отчетности
16. Подходы к управлению человеческими ресурсами в арт-проектах
17. Понятие проектной устойчивости
18. Критерии успешности культурных инициатив
19. Управление логистикой и техническими средствами
20. Способы адаптации проекта к изменяющимся условиям

21. Применение SWOT-анализа в культурной проектной среде
22. Логика построения диаграммы Ганта
23. Роль SMART-модели в формулировке целей
24. Использование логической матрицы проекта
25. Инструменты мониторинга и промежуточной оценки
26. Принципы адаптивного (Agile) подхода в арт-среде
27. Условия применения гибких методологий в культуре
28. Методы визуализации проектной информации
29. Целевые индикаторы и KPI в оценке проекта
30. Форматы презентации проекта инвесторам или грантодателям
31. Основные источники проектных рисков
32. Методы идентификации и классификации рисков
33. Подходы к минимизации организационных и финансовых рисков
34. Особенности работы с заинтересованными сторонами
35. Роль вовлечения целевых аудиторий в устойчивости проекта
36. Значение партнерств в культурном проектировании
37. Формы кооперации между институтами
38. Социальные эффекты арт-проектов
39. Условия для формирования устойчивого культурного продукта
40. Этические аспекты проектной деятельности в культуре

3-й семестр

1. Основные источники финансирования арт-проектов
2. Принципы составления бюджета в сфере культуры
3. Механизмы финансового контроля в некоммерческом секторе
4. Финансовая прозрачность как фактор доверия
5. Структура доходов и расходов арт-организации
6. Особенности взаимодействия с частными инвесторами
7. Принципы распределения ресурсов в арт-проекте
8. Порядок финансовой отчетности по грантам
9. Методы обоснования сметы в заявке
10. Роль финансового анализа в принятии управленческих решений
11. Формы монетизации культурного контента
12. Платные и бесплатные модели распространения
13. Значение интеллектуальной собственности в доходной модели
14. Коммерческая составляющая выставок, фестивалей, перформансов
15. Возможности цифровых форматов и NFT
16. Влияние онлайн-продаж на арт-рынок
17. Способы ценообразования в арт-среде
18. Механизмы лицензирования культурных продуктов
19. Платформенные модели распространения искусства
20. Отличия некоммерческого продукта от коммерчески ориентированного
21. Понятие проектного фандрайзинга
22. Этапы подготовки грантовой заявки
23. Критерии оценки проектов экспертами
24. Формы грантодающих структур в культуре
25. Особенности краудфандинга как социального инструмента
26. Платформы для коллективного финансирования
27. Мотивация доноров и аудитории к участию
28. Стратегии комбинирования грантового и коммерческого дохода
29. Проблемы отчетности и возвратных средств
30. Роль фандрайзера в структуре культурной организации

31. Основы маркетинговой стратегии для культурного проекта
32. Этапы анализа целевой аудитории
33. Каналы продвижения в арт-бизнесе
34. Роль социальных сетей и digital-форматов
35. Отличия маркетинга впечатлений от продуктового маркетинга
36. Сегментация культурной аудитории
37. Методы построения бренда культурной организации
38. Использование визуальной идентичности в продвижении
39. Формирование лояльности аудитории
40. Значение анализа обратной связи и отзывов

4-й семестр

1. Стратегическое управление как инструмент развития культурных организаций
2. Этапы стратегического планирования в арт-бизнесе
3. Особенности применения SWOT-анализа в сфере культуры
4. Роль миссии и видения в стратегии арт-проекта
5. Влияние внешней культурной среды на стратегические решения
6. Стратегические цели и показатели эффективности в креативных индустриях
7. Участие стейкхолдеров в стратегическом управлении культурной организацией
8. Связь государственной культурной политики и стратегических планов организаций
9. Организационные структуры арт-бизнеса и их особенности
10. Отличия между коммерческими и некоммерческими культурными организациями
11. Гибридные модели управления в креативной сфере
12. Роль автономных учреждений в культурной экосистеме
13. Функции и задачи проектных команд в арт-проектах
14. Влияние лидерства на выбор организационной модели
15. Модели управления в независимых культурных инициативах
16. Трансформация организационной структуры при росте арт-проекта
17. Особенности арт-бизнеса в глобальной культурной среде
18. Международные кейсы успешного культурного менеджмента
19. Роль межкультурной коммуникации в реализации арт-проектов
20. Практики финансирования арт-проектов в зарубежных странах
21. Участие культурных организаций в международных сетях и ассоциациях
22. Примеры трансграничного продвижения культурных брендов
23. Влияние культурной дипломатии на развитие международного арт-бизнеса
24. Интеграция международных стандартов в управление культурными проектами
25. Цифровая трансформация в институтах культуры
26. Использование цифровых платформ для распространения арт-контента
27. Онлайн-форматы выставок, фестивалей и перформансов
28. Роль социальных медиа в продвижении культурных проектов
29. Внедрение технологий AR и VR в арт-практиках
30. Новые модели взаимодействия с аудиторией в цифровой среде
31. Цифровой куратор как новая профессиональная роль в культуре
32. Влияние цифровизации на устойчивость арт-бизнеса
33. Ключевые модели стратегического роста в креативных индустриях
34. Масштабирование успешных культурных инициатив
35. Позиционирование арт-бренда на локальном и глобальном уровне

36. Развитие культурных кластеров как стратегия роста
37. Сценарный подход в стратегическом планировании в культуре
38. Управление изменениями в стратегических проектах арт-бизнеса
39. Устойчивое развитие как основа стратегического планирования
40. Разработка стратегической дорожной карты для культурной организации

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Список литературы и источников

Основная:

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент как технология креативной экономики: монография. – Москва: Академический проект, 2021. – 279 с.

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент: теория и практика: учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства. – Москва: Академический Проект, 2020. – 655 с.

Дополнительная:

Гражданский кодекс Российской Федерации: Части первая, вторая, третья и четвертая. – М.: Издательство «Омега-Л», 2008. – 665 с.

Индустрия досуга: теоретические подходы и актуальные практики: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н.Н. Ярошенко, Т.Н. Суминова и др.; Под науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2020. 196 с.

Рощупкин С.Н. Основы рекламы: учеб.пособие. – Москва: МГУКИ, 2007. – 220 с.

Социально-культурная деятельность в современном гуманитарном дискурсе: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н. Н. Ярошенко, К. И. Вайсера, Л.Е. Востряков и др.; Сост. и науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2021. 280 с.

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

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент: реализация государственной политики в сфере культуры и искусства: монография. – Москва: Академический Проект, 2017. – 167 с.

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент: учебник. – Москва: МГИК, 2016. – Ч.1. - 132 с.

Суминова Т.Н. Артосфера: сущность и специфика: курс лекций по дисциплине «Арт-менеджмент». – Москва: МГИК, 2016. – 116 с.

Суминова Т.Н. Информационные ресурсы художественной культуры (артосферы). – Москва: Академический проект, 2006. – 480 с.: ил. – (Технологии культуры).

Суминова Т.Н. Ноосфера: поиски гармонии. – Москва: Академический Проект, 2005. – 448 с.: ил. – (Технологии культуры).

Суминова Т.Н. Психологические технологии арт-менеджмента: учеб. пособие для студентов, обучающихся по направлению подгот. 071800 "Соц.-культ.деятельность" (бакалавр, магистр). - Москва: МГУКИ, 2014. - 102 с.

Суминова Т.Н. Художественная культура как информационная система (мировоззренческие и теоретико-методологические основания). – Москва: Академический Проект, 2006. – 383 с. – (Технологии культуры).

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Предоставление обучающимся доступа к учебному плану, рабочей программе дисциплины в электронной форме, к электронно-библиотечной системе института, содержащей учебно-методические материалы по дисциплине в электронной форме, к

информационным справочным системам, которые используются при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, посредством электронной информационно-образовательной среды института из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующая информационная справочная система: электронно-библиотечная система eLibrary.

Доступ в ЭБС:

- ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ»
- ООО «Издательство Лань»
- ООО «Центральный коллектор библиотек «БИБКОМ»

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Планы семинарских занятий

Тема 1 (4 ч.). Структура и участники арт-рынка

Вопросы для обсуждения:

1. Роль институций в формировании арт-бизнеса.
2. Механизмы взаимодействия между художником, галереей и коллекционером.
3. Социальная и экономическая функция арт-рынка.

Список литературы:

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент: теория и практика: учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства. – Москва: Академический Проект, 2020. – 655 с.

Тема 2 (4 ч.). Креативные индустрии как часть культурной экономики

Вопросы для обсуждения:

1. Основные отличия креативных индустрий от традиционной экономики.
2. Влияние креативных индустрий на развитие городской среды.
3. Роль креативного класса в социокультурной трансформации.

Список литературы:

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент как технология креативной экономики: монография. – Москва: Академический проект, 2021. – 279 с.

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент: теория и практика: учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства. – Москва: Академический Проект, 2020. – 655 с.

Тема 3 (4 ч.). Правовые аспекты арт-бизнеса

Вопросы для обсуждения:

1. Значение авторского права в сфере искусства.
2. Практика заключения договоров в культурной индустрии.
3. Риски и правовые конфликты в арт-среде.

Список литературы:

Гражданский кодекс Российской Федерации: Части первая, вторая, третья и четвертая. – М.: Издательство «Омега-Л», 2008. – 665 с.

Индустрия досуга: теоретические подходы и актуальные практики: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н.Н. Ярошенко, Т.Н. Суминова и др.; Под науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2020. 196 с.

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент: теория и практика: учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства. – Москва: Академический Проект, 2020. – 655 с.

Тема 4 (4 ч.). Модели культурной политики

Вопросы для обсуждения:

1. Сравнение государственной и рыночной модели культурной политики.
2. Культурная политика как инструмент идентичности и развития.
3. Влияние нормативных актов на функционирование арт-среды.

Список литературы:

Гражданский кодекс Российской Федерации: Части первая, вторая, третья и четвертая. – М.: Издательство «Омега-Л», 2008. – 665 с.

Индустрия досуга: теоретические подходы и актуальные практики: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н.Н. Ярошенко, Т.Н. Суминова и др.; Под науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2020. 196 с.

Социально-культурная деятельность в современном гуманитарном дискурсе: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н. Н. Ярошенко, К. И. Вайсеро, Л.Е. Востряков и др.; Сост. и науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2021. 280 с.

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

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент: реализация государственной политики в сфере культуры и искусства: монография. – Москва: Академический Проект, 2017. – 167 с.

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент: теория и практика: учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства. – Москва: Академический Проект, 2020. – 655 с.

Тема 5 (4 ч.). Структура арт-проекта и распределение ролей

Вопросы для обсуждения:

1. Формирование команды и определение управленческих функций.
2. Этапы жизненного цикла арт-проекта.
3. Особенности планирования в культурной сфере.

Список литературы:

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент как технология креативной экономики: монография. – Москва: Академический проект, 2021. – 279 с.

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент: теория и практика: учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства. – Москва: Академический Проект, 2020. – 655 с.

Тема 6 (4 ч.). Проектные методики и инструменты

Вопросы для обсуждения:

1. Применение SMART и SWOT в арт-практике.
2. Возможности и ограничения диаграммы Ганта для креативных проектов.
3. Роль проектной документации в управлении.

Список литературы:

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент как технология креативной экономики: монография. – Москва: Академический проект, 2021. – 279 с.

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент: теория и практика: учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства. – Москва: Академический Проект, 2020. – 655 с.

Тема 7 (4 ч.). Управление рисками и оценка устойчивости проекта

Вопросы для обсуждения:

1. Факторы риска в культурной деятельности.

2. Подходы к мониторингу и контролю результатов.
3. Критерии устойчивости культурного проекта.

Список литературы:

Индустрия досуга: теоретические подходы и актуальные практики: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н.Н. Ярошенко, Т.Н. Сумина и др.; Под науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2020. 196 с.

Социально-культурная деятельность в современном гуманитарном дискурсе: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н. Н. Ярошенко, К. И. Вайсера, Л.Е. Востряков и др.; Сост. и науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2021. 280 с.

Сумина Т.Н. Арт-менеджмент как технология креативной экономики: монография. – Москва: Академический проект, 2021. – 279 с.

Сумина Т.Н. Арт-менеджмент: теория и практика: учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства. – Москва: Академический Проект, 2020. – 655 с.

Тема 8 (4 ч.). Этические и социальные аспекты проектной работы

Вопросы для обсуждения:

1. Этические дилеммы в управлении культурными проектами.
2. Социальная ответственность продюсера.
3. Инклюзивность и участие в культурных инициативах.

Список литературы:

Индустрия досуга: теоретические подходы и актуальные практики: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н.Н. Ярошенко, Т.Н. Сумина и др.; Под науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2020. 196 с.

Социально-культурная деятельность в современном гуманитарном дискурсе: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н. Н. Ярошенко, К. И. Вайсера, Л.Е. Востряков и др.; Сост. и науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2021. 280 с.

Сумина Т.Н. Арт-менеджмент как технология креативной экономики: монография. – Москва: Академический проект, 2021. – 279 с.

Сумина Т.Н. Арт-менеджмент: теория и практика: учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства. – Москва: Академический Проект, 2020. – 655 с.

Тема 9 (4 ч.). Финансовое планирование в арт-бизнесе

Вопросы для обсуждения:

1. Структура бюджета культурного проекта
2. Соотношение коммерческих и некоммерческих источников финансирования.
3. Принципы финансовой прозрачности в арт-менеджменте

Список литературы:

Сумина Т.Н. Арт-менеджмент как технология креативной экономики: монография. – Москва: Академический проект, 2021. – 279 с.

Сумина Т.Н. Арт-менеджмент: теория и практика: учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства. – Москва: Академический Проект, 2020. – 655 с.

Тема 10 (4 ч.). Модели монетизации культурных продуктов

Вопросы для обсуждения:

1. Потенциал мерча, цифровых продуктов и авторских прав.
2. Влияние новых технологий на форматы монетизации.
3. Отличие прибыльной модели от устойчивой модели.

Список литературы:

Индустрия досуга: теоретические подходы и актуальные практики: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н.Н. Ярошенко, Т.Н. Суминова и др.; Под науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2020. 196 с.

Социально-культурная деятельность в современном гуманитарном дискурсе: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н. Н. Ярошенко, К. И. Вайсера, Л.Е. Востряков и др.; Сост. и науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2021. 280 с.

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент как технология креативной экономики: монография. – Москва: Академический проект, 2021. – 279 с.

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент: теория и практика: учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства. – Москва: Академический Проект, 2020. – 655 с.

Тема 11 (4 ч.). Грантовая поддержка и краудфандинг

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности составления проектной заявки.
2. Роль фандрейзинга в стратегическом управлении.
3. Эффективность краудфандинга как маркетингового инструмента.

Список литературы:

Индустрия досуга: теоретические подходы и актуальные практики: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н.Н. Ярошенко, Т.Н. Суминова и др.; Под науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2020. 196 с.

Социально-культурная деятельность в современном гуманитарном дискурсе: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н. Н. Ярошенко, К. И. Вайсера, Л.Е. Востряков и др.; Сост. и науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2021. 280 с.

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент как технология креативной экономики: монография. – Москва: Академический проект, 2021. – 279 с.

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент: теория и практика: учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства. – Москва: Академический Проект, 2020. – 655 с.

Тема 12 (4 ч.). Арт-маркетинг и работа с аудиторией

Вопросы для обсуждения:

1. Этапы формирования маркетинговой стратегии.
2. Выбор целевых аудиторий и каналов коммуникации.
3. Специфика продвижения культурного продукта.

Список литературы:

Индустрия досуга: теоретические подходы и актуальные практики: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н.Н. Ярошенко, Т.Н. Суминова и др.; Под науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2020. 196 с.

Социально-культурная деятельность в современном гуманитарном дискурсе: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н. Н. Ярошенко, К. И. Вайсера, Л.Е. Востряков и др.; Сост. и науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2021. 280 с.

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент как технология креативной экономики: монография. – Москва: Академический проект, 2021. – 279 с.

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент: теория и практика: учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства. – Москва: Академический Проект, 2020. – 655 с.

Тема 13 (4 ч.). Стратегическое планирование в сфере культуры

Вопросы для обсуждения:

1. Формулирование миссии и стратегических целей.
2. Выбор модели развития в зависимости от типа организации.
3. Роль внешней среды в стратегическом принятии решений.

Список литературы:

Индустрия досуга: теоретические подходы и актуальные практики: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н.Н. Ярошенко, Т.Н. Суминова и др.; Под науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2020. 196 с.

Социально-культурная деятельность в современном гуманитарном дискурсе: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н. Н. Ярошенко, К. И. Вайсера, Л.Е. Востряков и др.; Сост. и науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2021. 280 с.

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент как технология креативной экономики: монография. – Москва: Академический проект, 2021. – 279 с.

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент: теория и практика: учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства. – Москва: Академический Проект, 2020. – 655 с.

Тема 14 (4 ч.). Организационные структуры в арт-бизнесе

Вопросы для обсуждения:

1. Отличия НКО и частных культурных инициатив.
2. Преимущества и ограничения гибких организационных моделей.
3. Институциональные барьеры для развития независимых проектов.

Список литературы:

Индустрия досуга: теоретические подходы и актуальные практики: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н.Н. Ярошенко, Т.Н. Суминова и др.; Под науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2020. 196 с.

Социально-культурная деятельность в современном гуманитарном дискурсе: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н. Н. Ярошенко, К. И. Вайсера, Л.Е. Востряков и др.; Сост. и науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2021. 280 с.

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент: теория и практика: учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства. – Москва: Академический Проект, 2020. – 655 с.

Тема 15 (4 ч.). Глобальные тренды в арт-бизнесе и креативных индустриях

Вопросы для обсуждения:

1. Влияние цифровизации на стратегические приоритеты.
2. Интернационализация арт-рынка и культурная дипломатия.
3. Значение глобальных сетей и платформ.

Список литературы:

Индустрия досуга: теоретические подходы и актуальные практики: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н.Н. Ярошенко, Т.Н. Суминова и др.; Под науч. ред.

Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2020. 196 с.

Социально-культурная деятельность в современном гуманитарном дискурсе: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н. Н. Ярошенко, К. И. Вайсеро, Л.Е. Востряков и др.; Сост. и науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2021. 280 с.

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент: теория и практика: учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства. – Москва: Академический Проект, 2020. – 655 с.

Тема 16 (4 ч.). Концепции стратегического развития в арт-бизнесе

Вопросы для обсуждения:

1. Применимость классических стратегий (BSC, Porter, Ansoff) в культурной сфере.
2. Роль креативного продюсера в формировании стратегии.
3. Перспективы развития арт-бизнеса в условиях социокультурной нестабильности.

Список литературы:

Индустрия досуга: теоретические подходы и актуальные практики: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н.Н. Ярошенко, Т.Н. Суминова и др.; Под науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2020. 196 с.

Социально-культурная деятельность в современном гуманитарном дискурсе: Коллективная монография /Авторск. коллектив: Н. Н. Ярошенко, К. И. Вайсеро, Л.Е. Востряков и др.; Сост. и науч. ред. Н.Н. Ярошенко; Московский государственный институт культуры. Москва : МГИК, 2021. 280 с.

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент как технология креативной экономики: монография. – Москва: Академический проект, 2021. – 279 с.

Суминова Т.Н. Арт-менеджмент: теория и практика: учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства. – Москва: Академический Проект, 2020. – 655 с.

8.2. Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя такие виды и формы как: подготовка к дискуссии, доклада в форме презентации, конспектирование изучаемой литературы, аналитический обзор новой литературы по изучаемой теме.

Для более углубленного изучения материала задание для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы.

В ходе лекционных занятий следует вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве.

1. *Методические рекомендации по освоению лекционных занятий.* При работе с конспектом лекций необходимо учитывать тот фактор, что одни лекции дают ответы на конкретные вопросы темы, другие – лишь выявляют взаимосвязи между явлениями, помогая студенту понять глубинные процессы развития изучаемого предмета, как в истории, так и в настоящее время. Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, поэтому пропуски отдельных тем не позволяют глубоко освоить предмет.

При конспектировании лекций целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять на одной

странице листа или оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Студентам необходимо:

- перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы;

- на отдельные лекции приносить требуемый преподавателем дополнительный материал на бумажных носителях (таблицы, графики, схемы). Этот материал будет прокомментирован, дополнен непосредственно на лекции;

- перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если и в этом случае разобраться в материале не удалось, то нужно обратиться к лектору или к преподавателю на практических занятиях.

2. Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Подготовку к каждому семинарскому занятию студенты должны начать с ознакомления с планом данного занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме.

Студентам следует:

- приносить с собой рекомендованную преподавателем литературу к конкретному занятию;

- до очередного практического занятия по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия;

- при подготовке к практическим занятиям следует обязательно использовать не только лекции, учебную литературу, но и нормативно - правовые акты (если этого требует освоение темы), материалы периодических изданий, справочную литературу, что позволит значительно активизировать процесс овладения информацией, а также будет способствовать более глубокому усвоению изучаемого материала;

- в начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для самостоятельного решения;

- в ходе семинара давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов;

- на занятии демонстрировать понимание темы. В случае затруднений обращаться к преподавателю.

3. Методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельных заданий

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны выполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Студентам следует:

- руководствоваться графиком самостоятельной работы, определенным РПД;

- выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы;

- при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем.

4. Методические рекомендации по подготовке доклада в форме презентации

Доклад — расширенное устное сообщение (10-15 мин.), на основе совокупности ранее опубликованных исследовательских, научных и опытно-экспериментальных работ, имеющих большое значение для теории науки и практического применения, представляет собой обобщенное изложение результатов проведенных исследований, экспериментов и разработок, известных широкому кругу специалистов в отрасли научных знаний.

Работать над докладом рекомендуется в следующей последовательности:

- глубоко изучить рекомендованную литературу по данному вопросу;
- критически оценивать привлекаемую для доклада научную литературу, подумать над правильностью и доказательностью выдвигаемых автором тех или иных положений;
- хорошо продумать и составить подробный план доклада;
- сопоставить рассматриваемые в изученных работах положения, факты, выделить в них общее и особенное, обобщить изученный материал в соответствии с намеченным планом доклада;
- тщательно продумать правильность изложенного в докладе того или иного положения, систематизировать аргументы в его защиту или против неправильных суждений;
- сделать необходимые ссылки на использованную в докладе психолого-педагогическую литературу, другие источники;
- подготовить необходимые к работе иллюстрации, умело использовать личные наблюдения, педагогический опыт и эксперименты.

Презентация доклада — это электронный мультимедийный документ, который создают и используют для подачи информации широкой аудитории в наглядном и лаконичном виде.

Презентация оформляется по определенной структуре:

- титульный лист с входными данными;
- текст хорошо написан и сформированные идеи ясно изложены и структурированы в презентации;
- слайды представлены в логической последовательности;
- представлен анализ социологических исследований и научных школ в сфере молодежного досуга;
- характеристика современных форм досуга;
- список источников информации.

5. Методические рекомендации по подготовке к тестам

Тесты — это вопросы или задания, предусматривающие конкретный, краткий, четкий ответ на имеющиеся варианты ответов. При самостоятельной подготовке к тестированию студенту необходимо:

- а) проработать информационный материал по дисциплине;
- б) выяснить все условия тестирования: сколько тестов будет предложено, сколько времени отводится на тестирование, какова система оценки результатов и т.д.
- в) приступая к работе с тестами, внимательно прочитать вопрос и предлагаемые варианты ответов. Выбрать правильный ответ.
- г) если встречен трудный вопрос, следует перейти к другим вопросам; к трудному вопросу необходимо вернуться позже.
- д) важно оставить время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.

6. Методические рекомендации по подготовке конспектов

Конспект — это систематическая, логически связанная запись, объединяющая план, выписки, тезисы или, по крайней мере, два из этих типов записи. Исходя из определения,

выписки с отдельными пунктами плана, если в целом они не отражают логики произведения, если между отдельными частями записи нет смысловой связи, - это не конспект.

В отличие от тезисов и выписок, конспекты при обязательной краткости содержат не только основные положения и выводы, но и факты, и доказательства, и примеры, и иллюстрации. Поэтому то, что в начале кажется второстепенным, может со временем оказаться ценным и нужным. С другой стороны, утверждение, не подкрепленное фактом или примером, не будет убедительным и трудно запоминается.

Типы конспектов:

- Плановый.
- Текстуальный.
- Свободный.
- Тематический.

Краткая характеристика типов конспектов:

1. Плановый конспект: являясь сжатым, в форме плана, пересказом прочитанного, этот конспект – один из наиболее ценных, помогает лучше усвоить материал еще в процессе его изучения. Он учит последовательно и четко излагать свои мысли, работать над книгой, обобщая содержание ее в формулировках плана. Такой конспект краток, прост и ясен по своей форме. Это делает его незаменимым пособием при быстрой подготовке доклада, выступления. Недостаток: по прошествии времени с момента написания трудно восстановить в памяти содержание источника.

2. Текстуальный конспект – это конспект, созданный в основном из отрывков подлинника – цитат. Это прекрасный источник дословных высказываний автора и приводимых им фактов. Текстуальный конспект используется длительное время. Недостаток: не активизирует резко внимание и память.

3. Свободный конспект представляет собой сочетание выписок, цитат, иногда тезисов, часть его текста может быть снабжена планом. Это наиболее полноценный вид конспекта.

4. Тематический конспект дает более или менее исчерпывающий ответ на поставленный вопрос темы. Составление тематического конспекта учит работать над темой, всесторонне обдумывая ее, анализируя различные точки зрения на один и тот же вопрос. Таким образом, этот конспект облегчает работу над темой при условии использования нескольких источников.

Как составить конспект:

- прочитайте текст учебника;
- определите в тексте главное содержание, основные идеи, понятия, закономерности, формулы и т.д.;
- выделите взаимосвязи;
- основное содержание каждого смыслового компонента законспектируйте в виде кодированной информации после наименования темы в тетради;
- прочтите еще раз текст и проверьте полноту выписанных идей;
- сформулируйте не менее трех вопросов разного уровня сложности, запишите вопросы в тетрадь;
- каждому вопросу определите значок степени сложности и найдите возможный ответ;
- внимательно прочитайте материал;
- определите основные смысловые части учебной информации по плану общей схемы;
- определите центральную часть О.К., т.е. его «ассоциативный узел» в виде систематического класса и его особенностей;
- определите цель составления конспекта.

Читая изучаемый материал в первый раз, подразделяйте его на основные смысловые части, выделяйте главные мысли, выводы.

Если составляется план-конспект, сформулируйте его пункты и определите, что именно следует включить в план-конспект для раскрытия каждого из них.

Наиболее существенные положения изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат.

В конспект включаются не только основные положения, но и обосновывающие их выводы, конкретные факты и примеры (без подробного описания).

Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, вместо цитирования делать лишь ссылки на страницы конспектируемой работы, применять условные обозначения.

Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы "ступеньками" подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

Используйте реферативный способ изложения (например: «Автор считает...», «раскрывает...»). Собственные комментарии, вопросы, раздумья располагайте на полях.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.

При изучении дисциплины обучающимися используются следующие информационные технологии:

- аудиовизуальное представление обучающимся с помощью компьютера содержания отдельных тем дисциплины на лекционных занятиях;
- предоставление обучающимся доступа к учебному плану, рабочей программе дисциплины в электронной форме, к электронно-библиотечной системе института, содержащей учебно-методические материалы по дисциплине в электронной форме, к информационным справочным системам, которые используются при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, посредством электронной информационно-образовательной среды института из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- фиксация хода образовательного процесса по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института;
- формирование электронного портфолио обучающегося по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института.

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

Word, Excel, Power Point;
Adobe Photoshop;
Adobe Premiere;
Power DVD;
Media Player Classic.

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия по дисциплине «Арт-бизнес и управление в сфере культуры» проводятся в аудиториях, оснащенных видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения и экраном.

Аудитории для самостоятельной работы обучающихся оснащены персональными компьютерами, имеющими выход в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» для подключения к электронной информационно-образовательной среде МГИК.

11. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен проводится в устной форме или выполняются тестовые задания.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен проводится в устной форме или выполняются тестовые задания.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учетом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемыми эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

Автор-составитель:

Суминова Т.Н., доктор философских наук, профессор, профессор кафедры педагогической теории и практики социально-культурной деятельности, директор Издательского центра МГИК

Программа одобрена на заседании кафедры педагогической теории и практики социально-культурной деятельности 27.02.25, протокол № 8.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
АРТ-БИЗНЕС И УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ
(наименование дисциплины (модуля))

50.03.01 Искусство и гуманитарные науки

код и наименование подготовки

Арт-бизнес и управление в сфере культуры
профиль/специализация

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов профессиональных компетенций в области управления арт-проектами, коммерциализации культурных продуктов и разработки стратегий развития организаций креативных индустрий в соответствии с современными тенденциями арт-бизнеса и культурной политики.

Задачи дисциплины:

- знать ключевые принципы управления арт-проектами и коммерциализации культурных продуктов в контексте современных тенденций арт-бизнеса;
- уметь разрабатывать и реализовывать стратегии развития организаций креативных индустрий с учетом экономических и культурных факторов;
- владеть навыками применения профессиональных инструментов арт-менеджмента для эффективного управления ресурсами и стратегиями в сфере культуры.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способ их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

ОПК-8 Способность ориентироваться в различных типах словесной культуры

ПК-3 Способен осуществлять предпринимательскую деятельность в сфере культуры и искусства

ПК-4 Способен осуществлять продвижение и реализацию проектов в сфере культуры и арт-бизнеса

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные закономерности взаимодействия человека и общества, общества и культуры, исторического развития человечества;
- общую структуру концепции реализуемого проекта, понимать ее составляющие и принципы их формулирования; основные нормативные правовые документы в области профессиональной деятельности; особенности психологии творческой деятельности; закономерности создания художественных образов и музыкального восприятия;
- рациональные и эмоциональные средства создания высказываний различной функциональной принадлежности; особенности употребления речевых средств на разных уровнях языковой системы (фонетика, морфология, синтаксис); нормы современного русского литературного языка;
- основы хозяйственного, договорного и авторского права, основы организации предпринимательской деятельности и бизнес планирования, основы стратегического и финансового менеджмента, технологии принятия предпринимательских решений; механизмы функционирования предприятия в сфере искусства и культуры; сущность предпринимательского риска и основные способы его снижения;

– базовые категории рынка и рыночных отношений, состояние мировой и российской индустрии культуры и искусства, современные виды рекламы и PR технологий, технологии бренд менеджмента, технологии планирования, организации и бюджетирования рекламной и PR кампании по продвижению проектов в сфере культуры и арт-бизнеса; основы обращения художественных и культурных ценностей, условия товарного обращения произведений искусства на аукционе, в галерее, на выставке, в коллекции, в мастерской и др., технологии продаж произведений культуры и искусства

Уметь:

- анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые философские проблемы; осмысливать процессы, события и явления мировой истории в динамике их развития, руководствуясь принципами научной объективности и историзма; «мыслить в ретроспективе» и перспективе будущего времени на основе анализа исторических событий и явлений; формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам; использовать полученные теоретические знания о человеке, обществе, культуре, в учебной и профессиональной деятельности; критически осмысливать и обобщать теоретическую информацию; применять системный подход в практике аналитической и исполнительской интерпретации музыкального произведения, написанного различных композиторских техниках;
- формулировать взаимосвязанные задачи, обеспечивающие достижение поставленной цели; ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов; выстраивать оптимальную последовательность психолого-педагогических задач при организации творческого процесса;
- использовать тропы и фигуры в речи; создавать тексты различной стилевой и жанровой принадлежности; работать с иноязычными текстами профессиональной тематики, ориентированными на определенную форму речевого общения;
- выявлять рыночные возможности; разрабатывать бизнес-планы создания новых организаций (направлений деятельности, продуктов) в сфере культуры и искусства; планировать потребности в материальных ресурсах и персонале, координировать предпринимательскую деятельность с партнерами и другими участниками рынка; обеспечивать юридически корректное оформление сделок, включая авторские права и защиту интеллектуальной собственности; готовить организационные и распорядительные документы, необходимые для создания/прекращения предпринимательских структур;
- осуществлять анализ развития рынка и прогноз цен и рейтингов художников и ценностей искусства и культуры, планировать мероприятия по продвижению проектов в сфере культуры и арт-бизнеса, условия и смету расходов на их проведение, оценивать экономическую и психологическую эффективность рекламных мероприятий; устанавливать и развивать отношения с партнерами, с учреждениями, галереями и представителями бизнеса для расширения возможностей и ресурсов, готовить произведения искусства и культуры и документацию для товарного обращения.

Владеть:

- технологиями приобретения, использования и обновления социогуманитарных знаний; навыками рефлексии, самооценки;
- навыком выбора оптимального способа решения поставленной задачи, исходя из учета имеющихся ресурсов и планируемых сроков реализации задачи; понятийным аппаратом в области права; навыками самоуправления и рефлексии, постановки целей и задач, развития творческого мышления;
- навыками публичного выступления; различными стилистическими приемами создания образности речи, усиления ее выразительности; речевыми умениями

создания коммуникативно совершенных текстов с учетом ситуации общения, сферы деятельности;

- навыками принятия предпринимательских решений, поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, навыками управления финансами организации культуры и искусства, планирования бюджета и оценки рисков;

- навыками продвижения проектов в сфере культуры и арт-бизнеса, согласования содержательных и организационных вопросов сделки, умением устанавливать отношения с клиентами и партнерами, технологиями продаж произведений искусства и культуры.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 16 зачетных единиц.