

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ИСТОРИИ ИСКУССТВА
Кафедра кино и современного искусства

ОРГАНИЗАЦИЯ, УПРАВЛЕНИЕ И ПРОДЮСИРОВАНИЕ АРТ-ПРОЕКТОВ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки 50.04.04 Теория и история искусств
Направленность (профиль) Арт-менеджмент и галерейное дело
Уровень высшего образования: магистратура

Формы обучения очная, очно-заочная и заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

Организация, управление и продюсирование арт-проектов
Рабочая программа дисциплины
Составитель(и):
Кандидат культурологи, доцент
кафедры кино и современного
искусства К.В. Дудаков-Кашуро

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры
кино и современного искусства
№04 от 29.03.2024 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

- 1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)
- 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
- 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины (модуля)

3. Содержание дисциплины (модуля)

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

- 5.1. Система оценивания
- 5.2. Критерии выставления оценок
- 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

- 6.1. Список источников и литературы
- 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

9. Методические материалы

- 9.1. Планы семинарских занятий
- 9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) - получение сведений в сфере рекламы и PR, необходимых для работы по организации выставочной деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

- Сформировать у слушателей представление о рекламе и PR как формы деятельности в сфере организации выставочной деятельности.
- Научить слушателей формулировать и решать задачи, связанные с вопросами организации выставочного процесса;
- Научить слушателей применять современные информационно-коммуникативные технологии в получении результатов в рамках профессиональной деятельности;
- Изучить в достаточном объеме теорию, позволяющую познакомиться с историческими, теоретическими и критическими аспектами выставок в международном художественном, культурном и институциональном контекстах;
- Изучить этапы развески выставки и изготовления тех документальных материалов, которые обычно сопутствуют выставке: каталог, буклет, афиша, подписи – аннотации и т.д.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-4 способен к осуществлению историко-культурных, краеведческих функций, функций по сохранению, изучению, пропаганде художественного наследия в деятельности организаций и учреждений культуры (федеральные органы государственной власти и органы местного самоуправления, музеи, галереи, художественные фонды, архивы)	ПК-4.1 знает функционал и структуру современных учреждений культуры	<i>Знать:</i> основы теории поведения потребителя на арт-рынке; <i>Уметь:</i> применять рекламные технологии в арт-индустрии; <i>Владеть:</i> навыком эффективных деловых коммуникаций в ходе межличностного взаимодействия
	ПК-4.2 способен выполнять функции в рамках деятельности учреждений культуры	<i>Знать:</i> специфику бизнес-планирования при разработке арт-проектов; <i>Уметь:</i> анализировать механизм разработки, продвижения и оценки арт-бренда; <i>Владеть:</i> навыком разработки PR кампании проекта;
ПК-5 способен к разработке историко-культурных, искусствоведческих, художественных аспектов, аспектов, связанных с всеобщей историей искусства, историей отечественного искусства, сохранением и изучением,	ПК-5.1 создает необходимую информацию для успешного функционирования учреждений культуры	<i>Знать:</i> основные этапы работы при продвижении проекта; <i>Уметь:</i> выявлять особенности управления продажами арт-продуктов; <i>Владеть:</i> понятийным аппаратом соответствующим современным тенденциям в области рекламы и PR;
	ПК-5.2 пропагандирует	<i>Знать:</i> механизмы

а также пропагандой художественного наследия в деятельности информационно-аналитических центров, общественных, государственных и муниципальных учреждений и организаций, СМИ, учреждениях историко-культурного туризма	культурное наследие и достижения мирового и отечественного искусства с использованием современных СМИ, в том числе сетевых	финансирования в сфере арт-индустрии; современную ситуацию на зарубежном и российском арт-рынках; <i>Уметь:</i> разрабатывать творческие проекты; составлять спонсорский пакет; <i>Владеть:</i> навыками работы с информационными ресурсами.
--	--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) «Организация, управление и продюсирование арт-проектов» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: Арт-менеджмент, Информационные технологии в исследованиях по истории искусства и образованию, История выставочной деятельности, Правовая деятельность в сфере арт-менеджмента/Основы аукционной деятельности.

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Реклама и PR в арт-менеджменте, Научно-исследовательская практика, Педагогическая практика, Преддипломная практика, Подготовка к прохождению государственной итоговой аттестации.

2. Структура дисциплины (модуля)

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 8 з.е., 288 академических часов.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
1	Лекции	12
1	Семинары	18
2	Лекции	12
2	Семинары	8
3	Лекции	12
3	Семинары	18
Всего:		80

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 208 академических часа(ов).

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
1	Лекции	12
1	Семинары	12
2	Лекции	8
2	Семинары	8
3	Лекции	12
3	Семинары	12
Всего:		64

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 224 академических часа(ов).

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
1	Лекции	12
1	Семинары	4
2	Лекции	4
2	Семинары	4
3	Лекции	4
3	Семинары	4
Всего:		32

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 256 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины (модуля)

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Тема 1. Маркетинг в искусстве и инфраструктура современного искусства.	<p>Международные и российские культурные институции, их основные характеристики, виды, направления деятельности.</p> <p>Коммерческие и некоммерческие организации, их роль в инфраструктуре арт-рынка и особенности коммуникации.</p> <p>Основные характеристики и направления деятельности НЕКОММЕРЧЕСКИХ институции</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Музеи современного искусства (государственные и частные) ● выставочные центры и центры изучения современного искусства (ЗКМ, KW и др.) ● Международные выставочные проекты (Манифеста, Документа др.) Биеннале современного искусства ● Культурные фонды и их деятельность в области современного искусства <p>КОММЕРЧЕСКИЕ институции, их роль в инфраструктуре современного искусства, задачи и характеристики деятельности</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Галереи современного искусства ● Выставки-ярмарки ● Аукционные дома ● Дилеры и агенты <p>Система коллекционирования современного искусства</p>
2.	Тема 2. Международный и российский арт-рынки.	<p>Обзор тенденций развития международного арт-рынка.</p> <p>Особенности развития и работы на российском арт-рынке. Галерейный бизнес в России. Маркетинг галерей.</p> <p>МЕЖДУНАРОДНЫЙ АРТ-РЫНОК</p> <p>Направления и особенности развития международного художественного рынка.</p> <p>Анализ наиболее активных игроков арт-рынка сегодня.</p> <p>РОССИЙСКИЙ АРТ-РЫНОК</p> <p>История развития российского художественного рынка: основные этапы и проблемы роста.</p> <p>Современное состояние и перспективы развития международного и российского арт-рынка.</p> <p>ГАЛЕРЕЙНЫЙ БИЗНЕС В РОССИИ</p> <p>История развития галерейного бизнеса в России.</p> <p>Особенности коммуникации и функционирования российских галерей сегодня.</p> <p>Перспективы и направления развития.</p>
3.	Тема 3. Роль маркетинга в проектной	Основные схемы и принципы социокультурного проектирования, анализ и концепция проекта,

	деятельности в области культуры и искусства.	планирование, реализация, продвижение.
4.	Тема 4. Коммерческие проекты в области культуры.	Креативная экономика и творческие индустрии. Маркетинг коммерческих проектов. НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ В ОБЛАСТИ КУЛЬТУРЫ Социальный маркетинг. Маркетинг музеев.
5.	Тема 5. Маркетинговые коммуникации и пр.	Виды и функции маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Разработка и проведение рекламной и PR кампании. Связи с общественностью, GR, работа со СМИ.
6.	Тема 6. Финансирование некоммерческих выставочных проектов. Фандрейзинг.	Поиск финансовых партнеров для проекта. Подготовка презентации для спонсоров, проведение переговоров, получение финансирования, отчетность. Работа со спонсорами на долгосрочной основе.
7.	Тема 7. Заключительная лекция.	Рассмотрение и разбор наиболее успешных кампаний по продвижению проектов в области культуры и искусства. ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТОВ УЧАЩИХСЯ.

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Тема 1. Инфраструктура современного искусства. Международные и российские культурные институции, их основные характеристики, виды, направления деятельности.	Лекции Семинары Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с использованием слайд-проектора Развернутая беседа по вопросам семинарского занятия, обсуждение проектов студентов, кейс метод Подготовка к семинару
2.	Тема 2. Международный арт-рынок. История развития российского художественного рынка. Галерейный бизнес в России.	Лекции Семинары Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с использованием слайд-проектора Развернутая беседа по вопросам семинарского занятия, обсуждение проектов студентов, кейс метод Подготовка к семинару
3.	Тема 3. Роль маркетинга	Лекции	Лекция-визуализация с

	<p>в проектной деятельности в области культуры и искусства. Анализ и концепция проекта. Планирование, реализация, продвижение.</p>	<p>Семинары</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>использованием слайд-проектора</p> <p>Развернутая беседа по вопросам семинарского занятия, обсуждение проектов студентов, кейс метод</p> <p>Подготовка к семинару</p>
4.	<p>Тема 4. Креативная экономика и творческие индустрии. Маркетинг коммерческих проектов. Некоммерческие проекты в области культуры</p> <p>Социальный маркетинг. Маркетинг музеев.</p>	<p>Лекции</p> <p>Семинары</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Лекция-визуализация с использованием слайд-проектора</p> <p>Развернутая беседа по вопросам семинарского занятия, обсуждение проектов студентов, кейс метод</p> <p>Подготовка к семинару</p>
5.	<p>Тема 5. Маркетинговые коммуникации и PR. Разработка и проведение рекламной и PR кампании. Связи с общественностью, GR, работа со СМИ.</p>	<p>Лекции</p> <p>Семинары</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Лекция-визуализация с использованием слайд-проектора</p> <p>Развернутая беседа по вопросам семинарского занятия, обсуждение проектов студентов, кейс метод</p> <p>Подготовка к семинару</p>
6.	<p>Тема 6. Финансирование и поддержка некоммерческих культурных проектов. Фандрейзинг, бартерное сотрудничество, информационное партнерство.</p>	<p>Лекции</p> <p>Семинары</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Лекция-визуализация с использованием слайд-проектора</p> <p>Развернутая беседа по вопросам семинарского занятия, обсуждение проектов студентов, кейс метод</p> <p>Подготовка к семинару</p>
7.	<p>Тема 7. Завершение курса. Рассмотрение и разбор наиболее успешных кампаний по продвижению проектов в области культуры и искусства.</p>	<p>Лекции</p> <p>Семинары</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Лекция-визуализация с использованием слайд-проектора</p> <p>Развернутая беседа по вопросам семинарского занятия, обсуждение проектов студентов, кейс метод</p> <p>Подготовка к семинару</p>

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания для семестра 1-2

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - участие в дискуссии на семинаре - реферат	5 баллов 30 баллов	30 баллов 30 баллов
Промежуточная аттестация зачет		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Система оценивания для семестра 3

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - участие в дискуссии на семинаре - реферат	5 баллов 30 баллов	30 баллов 30 баллов
Промежуточная аттестация экзамен		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать 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 учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<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 приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<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 серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

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

Примерный перечень контрольных вопросов:

1. Международный и российский арт-рынок: Сегменты рынка произведений искусства и крупнейшие арт-дилеры современного арт-рынка.
2. Особенности и характерные черты отечественной арт-индустрии, национальный компонент, ментальность.
3. Степень надежности вложений и степень доходности арт-рынка России.
4. Организация плановой деятельности: организационно-подготовительный этап, разработка плана, согласование и утверждение плана, организация контроля выполнения плана.
5. Понятие «информационное партнерство».
6. Интернет: расширение контента, алгоритмы соцсетей, работа с аудиторией и методы продвижения в интернет-пространстве, реклама в соцсетях.
7. Определение эффективности вашего проекта и медиа-пространстве.
8. Классификация СМИ по периодичности, тематике и формату, рубрике.
9. Американская модель инвестиций в произведения искусства
10. Постсоветская модель инвестиций в произведения искусства
11. Фандрейзинг. Виды фандрейзинга.

Примерная тематика докладов / кейсов

1. Анализ деятельности коммерческой культурной институции (художественная галерея, аукционный дом, арт-ярмарка и др.).
2. Анализ деятельности некоммерческой культурной институции (музей, центр изучения

- современного искусства, выставочные залы, международный выставочный проект (манифеста, документа), культурный фонд).
3. разбор и анализ деятельности частных и государственных программ в области поддержки культуры и искусства: гранты (культурных фондов и государственные), премии в области искусства (инновация, премия Кандинского), программы резиденций для художников (ГЦСИ, KW, SWATCH).
 4. Основные схемы и принципы социокультурного проектирования
 5. Инновационная деятельности в сфере культуры.
 6. Планирование, бюджетирование и реализация культурного проекта.
 7. Технологии продвижения культурного проекта.
 8. Маркетинговое планирование, разработка и проведение рекламной и PR кампаний.
 9. История появления перспективы развития творческих индустрий.
 10. Анализ деятельности коммерческого проекта в сфере творческих индустрий.
 11. Технологии фандрейзинга в области культуры.
 12. Анализ реализации и развития культурного проекта с помощью технологий фандрейзинга.
 13. Анализ и разбор проведения PR кампании проекта в области культуры и искусства.
 14. Технологии PR и реклама в арт-менеджменте.
 15. Роль масс-медиа в арт-менеджменте и создании арт-проектов.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Литература Основная

Учебная

Попов С.А. Стратегический менеджмент: актуальный курс : Учебник / С. А. Попов. - Электрон. дан. - Москва : Издательство Юрайт, 2019. - 463. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru>.

Дафт Ричард Л. Организационная теория и дизайн : учебник для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования" : [пер. с англ.]. - Москва [и др.] : Питер, 2013. - 639 с.

Мясоедов С. П. Основы кросскультурного менеджмента : как вести бизнес с представителями других стран и культур : учеб. пособие / С. П. Мясоедов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации, Ин-т бизнеса и делового администрирования ИБДА. - Москва : Дело, 2012. - 254 с.

Вайсблат Б. И. Оптимизация ресурсного планирования арт-проекта на основе операционно-сетевых моделей [Текст] / Б. И. Вайсблат, Л. А. Малеева // Вопросы культурологии. - 2015. - № 2 (февраль). - С. 72-82.

Справочные и информационные издания

Райзберг Б. А. Современный экономический словарь: Дополнительное профессиональное образование.- 6. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. - 512 с.

Федеральный закон "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей" //Актуальное законодательство. М.,2014
Федеральный Закон "О некоммерческих организациях" //Законы Российской Федерации. М., 2014

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

«Галеристы, художники и журналисты о том, почему закрываются галереи»//Афиша. Город. 04.05.2012. URL:<http://www.afisha.ru/article/galeristi-hudozhniki-i-zhurnalisti-o-tom-pochemu-zakrivajutsja-galerei/>

«Как высчитывается культурный капитал». URL:http://artandyou.ru/category/art/post/kak_kapital

«По направлению к чему?» Блог журнала «Артхроника». 25.04.12.URL:<http://artchronika.ru/blog/towards-the-authorities/>

«Пора валить: Почему уходят с «Винзавода»? Комментарий Евгения Митты. 14.08.2012. URL:<http://interviewrussia.ru/art/1131>

Абакина Т.В. PR некоммерческой организации: теоретические основы современных PR-технологий и моделей коммуникации. URL:<http://www.future.museum.ru/part01/010501.htm>

Виртуальный Информационно-сервисный центр «Культура: Политика. Планирование. Менеджмент». Библиотека. URL:<http://culturalmanagement.ru>

Высоковский А. Креативность как ресурс. Отечественные записки. 2005. №4. URL:<http://www.strana-oz.ru/2005/4/kreativnost-kak-resurs>.

Галеристы, художники и журналисты о том, почему закрываются галереи //Афиша. Город. 04.05.2012. URL:<http://www.afisha.ru/article/galeristi-hudozhniki-i-zhurnalisti-o-tom-pochemu-zakrivajutsja-galerei/>.

Глазычев В. Л. Культура проектного воображения: Лекция в рамках проекта «Открытый университет», Чебоксары, 15.03.2003 // Сайт Культурная столица Поволжья. – 2003. URL: <http://www.culturecapital.ru/university-2003/designing/0/>

Глазычев В. Л. Лекции об эволюции проектирования (1-2), Крым, Новый свет, 12-13.07.2001 // Сайт Школы культурной политики. – 2001. URL: <http://www.shkp.ru/lib/archive/second/2001-1/8>

Глазычев В. Л. Методология проектирования: Лекция на семинаре «Введение в общую прикладную методологию», Киев, 25.04.2002 // Сайт Школы культурной политики. – 2003. URL: <http://www.shkp.ru/lib/archive/materials/kyiv2002/1>

Гнедовский М.Б. Творческие индустрии: политический вызов для России // Отечественные записки. 2005. №4. URL: <http://www.strana-oz.ru/2005/4/tvorcheskie-industrii-politicheskiy-vyzov-dlya-rossii>.

Гончарик А. Политика в области творческих индустрий: зарубежный опыт и российские реалии // Творческие индустрии//10.02.2009.URL:http://www.creativeindustries.ru/rus/publications/creative_industries_politics

Дедюхина А. Руками не трогать! // Эксперт. 2005. № 6. С.46-52. URL: http://expert.ru/expert/2005/06/06ex-6e-musei_4522/

Долганова О. Инвестиции в искусство. Основные стратегии. URL:http://artandyou.ru/category/practice/post/investicyi_v_iskusstvo_strategyihttp://www.museum.ru

Зеленцова Е.В, Мельвиль Е.Х Развитие Творческих Индустрий В России: Проблемы и Перспективы // Культурологический журнал. 25.11.2011. URL: http://www.cr-journal.ru/rus/journals/92.html&j_id=8.

Зуев С. Э. Социокультурное проектирование: Анализ ситуации, постановка проблемы // Справочник руководителя учреждения культуры. – М., 2003. – № 1.URL:<http://www.culturalmanagement.ru/books/528?cid=82>

Зуев С. Э. Эволюция проектной работы в рамке культурной политики: Лекция. Крым, Новый свет, 13.07.2001 // Сайт Школы культурной политики. – 2001. URL: <http://www.shkp.ru/lib/archive/second/2001-1/13>

Каменский М. «Уровень требований к специалистам арт-рынка растет»// из интервью для официального сайта ВШЭ. М., 2012. URL:

<http://www.hse.ru/news/48450241.html>

Кулик И. Без шума и пыли. Галерея Stella Art признала себя некоммерческим фондом // Коммерсант. 20.01.2007. №6 (3582). URL: <http://www.kommersant.ru/doc/735339>

Культура, сфера культуры и менеджмент. URL: <http://www.manageweb.ru/study-407-1.html>.

Культурный альянс. Проект Марата Гельмана. URL: <http://www.winzavod.ru/galleries/guelman/?id=759>.

Лессиг Л. Свободная культура: сущность и будущее творчества. Отечественные записки. 2005. №4. URL: <http://www.strana-oz.ru/2005/4/svobodnaya-kultura-sushchnost-i-budushchee-tvorchestva>

Марат Гельман: «Провокация в искусстве — как красная краска у художника» // Большой город. 13.11.2012. URL: <http://bg.ru/entertainment/marat>

Музей и коммуникация. Концепция развития музейного менеджмента и маркетинга [электронный ресурс] // Официальный web-сервер Самарского областного историко-краеведческого музея им. П.В. Алабина. Москва–Самара, 1998. URL: www.future.museum.ru/lmp/projects/samara/site/concept/3_5.htm

Сайт Русская галерея искусств. Аукционы. Коллекционная живопись. URL: <http://www.art-auction.ru>.

Сайт агентства «Креативные индустрии». URL: <http://www.creativeindustries.ru>

Сайт Айдан галереи. URL: <http://www.aidangallery.ru/>

Сайт Галерея Риджина. URL: <http://www.reginagallery.com/>

Сайт института культурной политики. URL: <http://www.cpolicy.ru>

Сайт Международной художественной ярмарки Арт-Москва URL: <http://www.art-moscow.ru/>

Сайт Международной ярмарки современного искусства Cosmoscov. URL: <http://cosmoscov.com/ru/>

Сайт Московского института социально-культурных программ. URL: <http://www.miscp.ru>

Сайт Федеральные целевые программы России [Электронный ресурс]. Федеральная целевая программа «Культура России (2010-2020 годы)». URL: <http://www.programs-gov.ru/>

Сайт эксперта в области культурного менеджмента Дэвида Пэрриша. David Parrish. TShirts and Suits. A Guide to the Business of Creativity. URL: <http://www.davidparrish.com>

Сайт ArtInvestment.ru. Интернет-проект, посвященный рынку русского искусства. URL: <http://artinvestment.ru>

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

JSTOR

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

Консультант Плюс

Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

Windows

Microsoft Office

Kaspersky Endpoint Security

8. 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:

8.1. 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 и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

8.2. для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

8.3. 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 и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа. Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом 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:

8.4. для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

8.5. для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

8.6. 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:

8.7. для слепых и слабовидящих:

- устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
- дисплеем Брайля PAC Mate 20;
- принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

8.8. для глухих и слабослышащих:

- автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
- акустический усилитель и колонки;

8.9. для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- передвижными, регулируемыми эргономическими партами СИ-1;
- компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

Тема 1. «Международный и российский арт-рынок»

Вопросы для обсуждения:

1. Сегменты рынка произведений искусства.
2. Крупнейшие арт-дилеры современного арт-рынка.
3. Арт-дилеры, фрагментарность профессиональной деятельности арт-дилеров.
4. Особенности и характерные черты отечественной арт-индустрии, национальный компонент, ментальность.
5. Потенциал российского арт-рынка. Степень надежности вложений и степень доходности арт-рынка России.

Список литературы:

Хангельдиева И.Г. Культура и предпринимательство в современной России// сборник «Вопросы культурологии» .- 2009. - N 5 (май). - С. 38-42.

Ресурсы Интернет:

Долганова О. Инвестиции в искусство. Основные стратегии. URL: http://artandyou.ru/category/practice/post/investicyi_v_iskusstvo_strategyi<http://www.museum.ru>

Зеленцова Е.В, Мельвиль Е.Х Развитие Творческих Индустрий В России: Проблемы и Перспективы // Культурологический журнал. 25.11.2011. URL: http://www.cr-journal.ru/rus/journals/92.html&j_id=8.

Тема 2. «Принципы социокультурного проектирования»

Вопросы для обсуждения:

1. Виды планов в сфере культуры и искусства.
2. Организация плановой деятельности: организационно-подготовительный этап, разработка плана, согласование и утверждение плана, организация контроля выполнения плана.
3. Методы планирования: аналитическое, нормативное.
4. Целевое обоснование планов.
5. Планирование материального и финансового обеспечения.
6. Планирование организационного обеспечения.

Список литературы:

Бурдьё П. Социология социального пространства : пер. с фр. / Пьер Бурдьё ; общ. ред. пер. Н. А. Шматко. - М. : Ин-т эксперим. социологии : Алетейя, 2005. - 288 с.

Ресурсы Интернет:

Зуев С. Э. Социокультурное проектирование: Анализ ситуации, постановка проблемы // Справочник руководителя учреждения культуры. – М., 2003. – № 1. URL: <http://www.culturalmanagement.ru/books/528?cid=82>

Зуев С. Э. Эволюция проектной работы в рамке культурной политики: Лекция. Крым, Новый свет, 13.07.2001 // Сайт Школы культурной политики. – 2001. URL: <http://www.shkp.ru/lib/archive/second/2001-1/13>

Сайт компании «Artmanagement», регулирующей деятельность участников арт-рынка (художников, агентов, дилеров, галеристов, кураторов, критиков, коллекционеров). URL: <http://www.artmanagement.ru>.

Тема 3. Доклады-кейсы

Вопросы для обсуждения:

Обсуждение доклады-кейсов студентов.

Список литературы:

МОСАРТ Московское агентство по развитию территорий средствами культуры. URL: <http://mosartagency.com/project/>

Центр Культурных инициатив Новой Москвы. Грантовые конкурсы. Образцы заявок и документации. URL: <http://www.tianocenter.ru/grant/7/14/17/145.html>

Агентство Bright People. URL: <http://bright-people.ru/projects>

Тема 4. «Работа со СМИ»

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие «информационное партнерство».
2. Интернет: расширение контента, алгоритмы соцсетей, работа с аудиторией и методы продвижения в интернет-пространстве, реклама в соцсетях.
3. Определение эффективности вашего проекта и медиа-пространстве.
4. Составление базы СМИ (как начать, как вести, как обновлять).
5. Классификация СМИ по периодичности, тематике и формату, рубрике.
6. Мониторинг СМИ.
7. Поиск тем, интересных определенному типу СМИ, подбор нужных СМИ и работа с основными действующими лицами (выстраивание отношений с журналистами, редакторами, бренд-менеджерами).

Список литературы:

Хангельдиева И.Г. Культура и предпринимательство в современной России// сборник «Вопросы культурологии» .- 2009. - N 5 (май). - С. 38-42.

Мясоедов С. П. Основы кросскультурного менеджмента : как вести бизнес с представителями других стран и культур : учеб. пособие / С. П. Мясоедов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации, Ин-т бизнеса и делового администрирования ИБДА. - Москва : Дело, 2012. - 254 с.

Ресурсы Интернет:

Музей и коммуникация. Концепция развития музейного менеджмента и маркетинга [электронный ресурс] // Официальный web-сервер Самарского областного историко-краеведческого музея им. П.В. Алабина. Москва–Самара, 1998.

URL:www.future.museum.ru/lmp/projects/samara/site/concept/3_5.htm

«Российское искусство без «витрины». Интервью с Сергеем Поповым директором галереи pop/off/art. 28.09.2012.

URL:<http://www.rbcdaily.ru/lifestyle/opinion/562949984810702>

Тема 5. «Получение финансирования»

Вопросы для обсуждения:

1. Престижность инвестиций в произведения искусства.
2. Определение приоритетов поддержки и развития искусства.
3. Американская модель: отказ от определения приоритетов.

4. Постсоветская модель: «научно обоснованные» приоритеты VS «общественно-государственная» модель определения приоритетов.
5. Фандрейзинг.
6. Виды фандрейзинга.

Список литературы:

Попов С.А. Стратегический менеджмент: актуальный курс : Учебник / С. А. Попов. - Электрон. дан. - Москва : Издательство Юрайт, 2019. - 463. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru>.

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Глубокое и прочное усвоение курса предполагает активную деятельность студентов, как в аудитории, так и при самостоятельной работе. Для более полного понимания изучаемого материала следует задавать вопросы непосредственно на лекциях и практических занятиях. При подготовке к аудиторной самостоятельной работе нужно просмотреть весь лекционный материал, вопросы, решаемые на практических занятиях и при самоподготовке.

Особое внимание следует уделить заданиям-кейсам. Все источники информации для кейсов представляют собой продукты человеческой деятельности. В них проявляются интересы людей, их субъективизм, а порой ложь и заблуждения. Такой подход требует проверки на [истинность всех материалов и источников кейса](#).

Действия в кейсе либо даются в описании, и тогда требуется их осмыслить (последствия, эффективность), либо они должны быть предложены в качестве способа разрешения проблемы. Но в любом случае выработка модели практического действия представляется эффективным средством формирования профессиональных качеств обучаемых.

Структура кейса

Кейс должен включать в себя:

- Ситуацию – случай, проблема, история из реальной жизни
- Контекст ситуации - хронологический, исторический, контекст места, особенности действия или участников ситуации.
- Комментарий ситуации, представленный автором
- Вопросы или задания для работы с кейсом.
- Приложения

Этапы разработки кейса:

- Определение места кейса в системе образовательных целей
- Поиск институциональной системы, которая будет иметь непосредственной отношение к теме кейса
- Построение, или выбор модели ситуации
- Создание описания
- Сбор дополнительной информации
- Подготовка окончательного текста
- Презентация кейса, организация обсуждения

Возможные виды анализа при использовании кейс-метода:

Разновидности аналитической деятельности	Их характеристика	Основные разновидности
Проблемный анализ	Выделение проблем, формирование проблемного поля, их квалификация	<ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ проблемного содержания ситуации. 2. Анализ проблемных условий ситуации. 3. Анализ проблемных последствий ситуации
Системный анализ	Рассмотрение объекта с позиций системного подхода как некоторой системы, характеризующейся структурой и функциями	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дескриптивный анализ, т.е. на основании имеющейся структуры формируются функции. 2. Конструктивный анализ, т.е. на основании заданных функций создается структура
Праксеологический анализ	Рассмотрение деятельностных процессов с точки зрения их оптимизации	<ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ путей оптимизации деятельности. 2. Агоритмизация и моделирование деятельности
Прогностический анализ	Формирование предсказаний относительно будущего развития ситуации	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нормативный прогностический анализ, когда задается будущее состояние системы и определяются способы достижения будущего, 2. Поисковый прогностический анализ, при котором посредством построения трендовых моделей определяется ситуация будущего

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина (модуль) реализуется на факультете истории искусства кафедрой кино и современного искусства.

Цель дисциплины (модуля): получение сведений в сфере рекламы и PR, необходимых для работы по организации выставочной деятельности.

Задачи:

- Сформировать у слушателей представление о рекламе и PR как формы деятельности в сфере организации выставочной деятельности.
- Научить слушателей формулировать и решать задачи, связанные с вопросами организации выставочного процесса;
- Научить слушателей применять современные информационно-коммуникативные технологии в получении результатов в рамках профессиональной деятельности;
- Изучить в достаточном объеме теорию, позволяющую познакомиться с историческими, теоретическими и критическими аспектами выставок в международном художественном, культурном и институциональном контекстах;
- Изучить этапы развески выставки и изготовления тех документальных материалов, которые обычно сопутствуют выставке: каталог, буклет, афиша, подписи – аннотации и т.д.

Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:

- ПК-4 способен к осуществлению историко-культурных, краеведческих функций, функций по сохранению, изучению, пропаганде художественного наследия в деятельности организаций и учреждений культуры (федеральные органы государственной власти и органы местного самоуправления, музеи, галереи, художественные фонды, архивы);
- ПК-4.1 знает функционал и структуру современных учреждений культуры;
- ПК-4.2 способен выполнять функции в рамках деятельности учреждений культуры;
- ПК-5 способен к разработке историко-культурных, искусствоведческих, художественных аспектов, аспектов, связанных с всеобщей историей искусства, историей отечественного искусства, сохранением и изучением, а также пропагандой художественного наследия в деятельности информационно-аналитических центров, общественных, государственных и муниципальных учреждений и организаций, СМИ, учреждениях историко-культурного туризма;
- ПК-5.1 создает необходимую информацию для успешного функционирования учреждений культуры;
- ПК-5.2 пропагандирует культурное наследие и достижения мирового и отечественного искусства с использованием современных СМИ, в том числе сетевых;

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать

- основы теории поведения потребителя на арт-рынке;
- специфику бизнес-планирования при разработке арт-проектов;
- основные этапы работы при продвижении проекта;
- механизмы финансирования в сфере арт-индустрии; современную ситуацию на зарубежном и российском арт-рынках;

Уметь

- применять рекламные технологии в арт-индустрии;
 - анализировать механизм разработки, продвижения и оценки арт-бренда;
 - выявлять особенности управления продажами арт-продуктов;
 - разрабатывать творческие проекты; составлять спонсорский пакет;
- Владеть**
- навыком эффективных деловых коммуникаций в ходе межличностного взаимодействия
 - навыком разработки PR кампании проекта;
 - понятийным аппаратом соответствующим современным тенденциям в области рекламы и PR;
 - навыками работы с информационными ресурсами.

По дисциплине (модулю) предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета в 1-2 семестрах и экзамена в 3 семестре.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 8 зачетных единиц.