

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Сибирский государственный институт искусств имени Дмитрия Хворостовского»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ

Уровень основной образовательной программы: специалитет

Специальность 54.05.02 Живопись

Специализация Художник-живописец (станковая живопись)

Специальность 54.05.03 Графика

Специализация Художник-график (станковая графика)

Специальность 54.05.04 Скульптура

Форма обучения: очная

Факультет: художественный

Кафедра: социально-гуманитарных наук и истории искусств

Красноярск, 2024 г.

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования - специалитет по специальностям:

54.05.02 Живопись, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 1014 от 13 августа 2020 г.

54.05.03 Графика, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 1013 от 13 августа 2020 г.

54.05.04 Скульптура, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 1018 от 13 августа 2020 г.

Рабочая программа дисциплины разработана и утверждена на заседании кафедры «11» мая 2021 г., протокол № 9.

Рабочая программа дисциплины актуализирована на заседании кафедры «16» мая 2024 г., протокол № 9.

Разработчик:

кандидат искусствоведения, доцент кафедры
Воронова М.В.

Заведующий кафедрой:

социально-гуманитарных наук и истории искусств
доктор культурологии, профессор
Митасова С.А.

1. Цель и задачи изучения дисциплины

1.1. Цель: формирование у студентов компетенции, которые позволили бы им реализоваться в различных аспектах профессиональной деятельности.

1.2. Задачи:

- освоить понятийный аппарат и теоретические основы арт-менеджмента;
- изучить нормативно-правовые основы арт-менеджмента в Российской Федерации и получить навыки применения их на практике;
- исследовать исторические особенности формирования и развития деятельности по управлению в области художественно-зрелищного обслуживания, галерейного дела, концертной деятельности государственных и негосударственных организаций, социокультурного бизнеса в РФ и за рубежом;
- изучить современную ситуацию на арт-рынке и организационно-экономические условия арт-менеджмента в Европе, США, РФ;
- исследовать особенности рынка современных и классических произведений изобразительного искусства, рынка антиквариата, музыкального шоу-бизнеса и кино-рынка;
- изучить особенности проведения презентационных мероприятий, направленных на продвижение креативных продуктов, идей в сфере художественного, музыкального, театрального творчества;
- знать особенности и выработать навыки руководства проектами и программами в области арт-менеджмента.
- овладеть технологиями аккумулирования и привлечения финансовых средств из различных источников.

1.3 Применение ЭО и ДОТ

При реализации дисциплины применяется электронное обучение и дистанционные образовательные технологии. Ссылка на электронный курс: <https://do.kgii.ru/course/>

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Арт-менеджмент» включена в часть, формируемую участниками образовательных отношений Дисциплины (модули) по выбору, и изучается в течение двух семестров в объеме 60 часов лекционных занятий. Форма итогового контроля по дисциплине – экзамен в конце 10-го семестра обучения.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Знать: общую структуру концепции реализуемого проекта, понимать ее составляющие и принципы их формулирования; основные нормативные правовые документы в области культуры и искусства меть: формулировать взаимосвязанные задачи, обеспечивающие достижение поставленной цели; ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов; ладеть: 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.
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	Знать: – этические нормы профессионального взаимодействия с коллективом; - психологию общения, методы развития личности и коллектива; Уметь: – понимать свою роль в коллективе в решении поставленных задач, предвидеть результаты личных действий, гибко варьировать свое поведение в команде в зависимости от ситуации; – работать индивидуально и с группой, выстраивать отношения, психологически взаимодействовать с коллективом; Владеть: – навыком составления плана последовательных шагов для достижения поставленной цели; – навыком эффективного взаимодействия со всеми участниками коллектива;
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки и образования в течение всей жизни	Знать: – о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы; Уметь: - анализировать и оценивать собственные силы и возможности; выбирать конструктивные стратегии личностного развития на основе принципов образования и самообразования; Владеть: – навыком составления плана последовательных шагов для достижения поставленной цели.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Семестры		Всего часов
	9	10	
Аудиторные занятия (всего)	30	30	60
лекционных	30	-	30
практических	-	30	30
Самостоятельная работа (всего)	42	114	156
Часы контроля (подготовка к экзамену)	-	36	36
Вид промежуточной аттестации (зачёт, зачет с оценкой, экзамен)	зачет	экзамен	
Общая трудоёмкость, час	72	180	252
ЗЕ	2	5	7

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Компетенции
---------------------------------	--------------------	-------------

IX семестр.		
1. Арт-менеджмент как самостоятельный вид управленческой деятельности.	Арт-менеджмент как самостоятельная сфера деятельности. Предмет, содержание, задачи курса «Арт-менеджмент». Объем и содержание ключевых единиц терминологического аппарата арт-менеджмента: понятия «креативные (культурные) индустрии», «арт-индустрии», «арт-менеджмент», «арт-рынок» и др. Арт-менеджмент в системе современной науки об управлении: сфера искусства и технология менеджмента.	УК-2 УК-3 УК-6
2. Цели и задачи арт-менеджмента.	Психологический, организационный и правовой аспекты арт-менеджмента. Особенности решения в нашей стране и в мире. Философско-мировоззренческая основа управления в сфере искусства и культуры. Исторические аспекты и тенденции становления арт-индустрии за рубежом. Этапы развития арт-рынка. История развития продюсерского дела за рубежом.	УК-2 УК-3 УК-6
3. Профессиональные и личностные качества в сфере арт-бизнеса.	Возникновение системы управления и организации процессами в искусстве. Основные механизмы управления менеджмента арт-индустрии. Специфика необходимых личностных и профессиональных качеств арт-менеджера (продюсера, куратора выставок, организатора проектов разного уровня и степени общественной значимости) помогающих в работе с рабочим коллективом и целевой аудиторией.	УК-2 УК-3 УК-6
4. Функции и технологии в управлении производственными процессами в сфере арт-бизнеса	Особенности системного и внесистемного подходов к созданию и реализации продуктов деятельности арт-менеджера. Стратегия и тактика технологий арт-менеджмента. Сбытовая политика. Технологические цепочки и конвейер производства в арт-индустрии. Структура производства и потребления продуктов искусства. Базовые категории рынка и рыночных отношений в арт-индустрии. Структура и технологии планирования деятельности арт-менеджера. Профессиональные функции и обязанности арт-менеджера. Механизмы финансирования в сфере арт-индустрии. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии. Реклама в сфере арт-индустрии. Инновационные технологии в сфере арт-индустрии.	УК-2 УК-3 УК-6
5. Организационно-управленческая деятельность отдельных видов арт-рынка в современных социально-	Специфика отдельных видов арт-рынка в условиях развития современного российского общества. Арт-рынок произведений изобразительного искусства. Менеджмент музейного дела. Концертно-зрелищная и развлекательная индустрия. Музыкальный шоу-	УК-2 УК-3 УК-6

экономических условиях.	бизнес как часть арт-индустрии. Менеджмент гастрольной деятельности. Менеджмент кино как элемент арт-менеджмента.	
6. Специфика термина «Особые события» и их роль в современном арт-менеджменте.	Какие события в культурной жизни обозначают термином «Особые» или «специальные» - разновидности, примеры. Арт-менеджмент в государственной политике и сфере культуры. Глобально существует две основных модели культурной политики – рыночная (или либеральная) модель и патерналистский (под патронажем правительства). Соответственно особенности их подхода к осуществлению реализации «Особых событий» отличается.	УК-2 УК-3 УК-6
7. Маркетинг в арт-менеджменте.	Большинство руководителей учреждений культуры, арт-менеджеров, продюсеров обоснованно считают, что сегодня творческий и коммерческий успех проектов в сфере культуры во многом зависит от эффективного руководства, принятия оптимальных решений, изучения рынка, подбора кадров. А это полностью или частично входит в предметную деятельность маркетинга. Согласно современной концепции маркетинга, все виды деятельности учреждения, в том числе и учреждения культуры, или конкретного менеджера должны основываться на знании потребительского спроса и его изменений в перспективе. Выявление неудовлетворенных запросов потребителей и ориентирование своей деятельности на удовлетворение этих запросов становится одной из основных целей маркетинга.	УК-2 УК-3 УК-6
8. Арт проект. Особенности явления и способы организации.	Как рассчитать масштаб, целевую аудиторию и спрогнозировать результаты. Художественный проект - это своеобразный ответ на «социальный заказ» общества, отклик в художественной форме на то или иное социальное явление. Грамотно разработанный творческий проект помогает менеджеру культуры избежать многих ошибок при его реализации, обойти «подводные камни» в непредсказуемом мире конкуренции, найти ответы на многие вопросы, связанные с его разработкой и реализацией. В нем гибко сочетаются творческие, технические, финансовые и рыночные аспекты деятельности. Предварительные этапы работы над проектом. Этапы реализации и мониторинга результатов.	УК-2 УК-3 УК-6
9. Вопросы имиджа. Персональный и корпоративный имидж.	Корпоративная культура находит свое отражение в стиле управления; культуре общения; формах управления внутри проектной жизни, информационном дизайне. Возможным является принятие системы запретов на внешний облик и систему взаимоотношений внутри коллектива и другие требования.	УК-2 УК-3 УК-6

	Цели и задач Имиджелогии как науки. Критерии оценки. Корпоративный имидж учреждения в арт-индустрии выражает то, к чему стремится каждый сотрудник и коллектив в целом. Индивидуальный имидж, его слагаемые и потенциальная ценность.	
10. Внешний и внутренний имидж компании.	Примеры успешного построения и использования внешнего и внутреннего имиджа компаний в арт индустрии в мире и в России. Феномен отрицательного имиджа. Влияние на потенциальную ценность компании на рынке. Влияние пр технологий. Если внешний имидж дает право быть увиденным и услышанным обществом, то внутренний имидж определяет, есть ли у вас, что сказать публике, обществу.	УК-2 УК-3 УК-6
11. Российский арт-менеджмент: цели и задачи; перспективы развития.	Российский арт-менеджмент в системе мировой арт-индустрии. Арт-менеджмент в России: особенности становления и развития. Особенности и характерные черты отечественной арт-индустрии, национальный компонент, ментальность. Этапы развития арт-индустрии в России. Современное состояние российского арт-рынка. Проблемы и перспективы российского арт-рынка. Потенциал российского арт-рынка. Степень надежности вложений и степень доходности арт-рынка России. «Теневая» сторона российского арт-бизнеса. Нормативно-правовые основы современного российского арт-менеджмента. Международные законодательные акты в сфере культуры и арт-бизнеса.	УК-2 УК-3 УК-6
12. Инструментарий формирования имиджа в организациях в сфере культуры в России.	Анализ трудов отечественных специалистов в области имиджелогии и ее влияния на арт-менеджмент: в сфере культуры: В.Н. Маркин, О.С. Виханский, В.М. Шепель.	УК-2 УК-3 УК-6
13. Осязаемый и неосязаемый имидж. Особенности в мире и в России.	Осязаемый имидж - это то, что можно увидеть, услышать, потрогать и даже попробовать. Удачные и неудачные примеры в мировом и отечественном арт пространстве. Неосязаемый имидж -- та часть репутации, которую нельзя потрогать и увидеть. Неосязаемый имидж представляет собой ответную реакцию потребителя на осязаемый имидж, на отношение сотрудников предприятия. Это эмоциональные связи, которые устанавливаются между клиентом и компанией. Удачные и неудачные примеры.	УК-2 УК-3 УК-6
14. Некоторые аспекты конфликтологии в коллективе.	Психология конфликта развивается на базе психологии личности, социальной психологии, психологии общения. На игровых моделях различные варианты действий в конфликте изучались Д. Рапопортом, Р. Дозом, Л, Томпсоном и др. Значительный вклад в разработку психологии конфликта внесли работы	УК-2 УК-3 УК-6

	<p>К. Томаса, выделившего пять основных типов поведения людей в конфликтной ситуации и разработавшего тестовую методику для определения склонности человека к какому-либо из этих типов. М. Дойч, Д. Скотт, Д. Пруйт, Дж. Симпсон и др. выявили ряд особенностей коммуникации между участниками конфликта. Краткий анализ концепций перечисленных авторов.</p>	
<p>15. Применение инструментов арт-менеджмента в образовательной организации в сфере искусства (художественные школы, студии, ВУЗы и ССУЗы)..</p>	<p>Принцип «образование на всю жизнь» сменяется моделью «образование в течение жизни».</p> <p>Традиционно реализуемая модель последовательной смены учебной деятельности на трудовую, Стратегически важными приоритетами образовательной политики становятся формирование у обучающихся следующих качеств:</p> <p>а) навыков междисциплинарного и трансдисциплинарного мышления;</p> <p>б) умения видеть в настоящем ростки будущего и на их основе разворачивать инновации, являющиеся основой развития современной экономики;</p> <p>в) готовности к непрерывному образованию и постоянному самосовершенствованию;</p> <p>г) способности создавать адекватные стратегии жизнедеятельности в условиях постоянных изменений;</p> <p>д) возможности создавать гибкие управляющие системы, основанные на нелинейном мышлении и синергетическом мировидении.</p>	<p>УК-2 УК-3 УК-6</p>
<p>Х семестр. Практическая работа над проектом</p>		
<p>1.Выполнение длительного проекта из сферы арт-менеджмента или управления в сфере культуры и искусства. Работа в группах под руководством преподавателя.</p>	<p>Организация в рабочие группы. Мозговой штурм – постановка основной проблемы, обсуждение плана дальнейшей работы и назначение ответственных. Форма отчета – устное сообщение.</p> <p>Разработка дорожной карты проекта (генерального плана или roadmap), выполненной по образцу. См. приложение 1. Форма отчета – предоставление дорожной карты проекта.</p> <p>Детализация этапов выполнения проекта. Четкая постановка целей и задач, предполагаемые результаты, способы оценки эффективности работы, установка временных ограничений.</p> <p>Форма отчета – детально разработанный план в электронном виде.</p> <p>Выполнение первых пунктов плана согласно графику (сбор информации о проблеме, целевых группах, организационных, ресурсных и временных возможностях). Форма отчета – устное</p>	<p>УК-2 УК-3 УК-6</p>

	<p>сообщение с возможными дополнительными материалами (таблицы, опросы, анкетирование и т.п.).</p> <p>Выполнение следующих пунктов плана согласно графику (на основе собранной информации предлагаются пути решения проблемы, анализируются возможности и последствия действий). Форма отчета – устное сообщение с возможными дополнительными материалами (фотографии, графики, таблицы, план мероприятий, сметы и пр.).</p> <p>Подготовка к защите презентации проекта.</p> <p>Презентация проводится силами всей рабочей группы и должна включать в себя – наглядное отражение этапов и результатов работы в письменном виде (реферат либо ментальная карта); медиа файлы (фото, видео материалы); наглядные пособия (макеты, дизайнерские разработки и т.п.). Желательным, но не обязательным является пункт возможного финансового обоснования проекта с целью возможности подачи заявки на его осуществление в грантовые фонды.</p> <p>Защита презентации проекта.</p>	
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

Раздел дисциплины	Лекционные занятия	Практические занятия	СРС	Всего часов
1. Арт-менеджмент как самостоятельный вид управленческой деятельности.	2	-	3	5
2. Цели и задачи арт-менеджмента.	2	-	3	5
3. Профессиональные и личностные качества в сфере арт-бизнеса.	2	-	3	5
4. Функции и технологии в управлении производственными процессами в сфере арт-бизнеса	2	-	3	5
5. Организационно-управленческая деятельность отдельных видов арт-рынка в современных социально-экономических условиях.	2	-	3	5
6. Специфика термина «Особые события» и их роль в современном арт-менеджменте.	2	-	3	5
7. Маркетинг в арт-менеджменте.	2	-	3	5
8. Арт проект. Особенности явления и способы организации.	2	-	3	5
9. Вопросы имиджа. Персональный и корпоративный имидж.	2	-	3	5
10. Внешний и внутренний имидж компании.	2	-	3	5
11. Российский арт-менеджмент: цели и	2	-	3	5

задачи; перспективы развития.				
12. Инструментарий формирования имиджа в организациях в сфере культуры в России.	2	-	3	5
13. Осязаемый и неосязаемый имидж. Особенности в мире и в России.	2	-	3	5
14. Некоторые аспекты конфликтологии в коллективе.	2	-	3	5
15. Применение инструментов арт-менеджмента в образовательной организации в сфере искусства (художественные школы, студии, ВУЗы и ССУЗы).	2	30	114	146

5.3. Практические занятия

Наименование раздела дисциплины	Тематика практических занятий	Трудоёмкость (час.)
Применение инструментов арт-менеджмента в образовательной организации в сфере искусства (художественные школы, студии, ВУЗы и ССУЗы).	Выполнение длительного проекта из сферы арт-менеджмента или управления в сфере культуры и искусства. Работа в группах под руководством преподавателя.	30

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

1. Коленько, Сергей Геннадьевич. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебник и практикум для академического бакалавриата: рекомендовано УМО ВО в качестве учебника для студентов вузов, обучающихся по экономическим и гуманитарным направлениям и специальностям; рекомендовано Ученым советом Санкт-Петербургского государственного университета в качестве учебно-методического пособия при реализации обязательных программ, относящихся к направлению подготовки "Культурология" / Сергей Геннадьевич Коленько. — Москва : Юрайт, 2019. — 370 с. — (Бакалавр.) . — Режим доступа : <https://www.biblio-online.ru/viewer/menedzhment-v-sfere-kultury-i-iskusstva-433177#page/1>. — ISBN 978-5-534-01521-8.
2. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. Практикум [Электронный ресурс] : учебное пособие / Екатерина Леонидовна Шекова. — Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2012. — 160 с. — (Учебники для вузов. Специальная литература) . — Режим доступа : <https://e.lanbook.com/reader/book/3820/#1>.
3. Тульчинский, Григорий Львович. Маркетинг в сфере культуры [Электронный ресурс] : учебное пособие / Григорий Львович Тульчинский. — 4-е изд., стер. — Электрон. текст. изд. — Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2019. — 496 с. — (Учебники для вузов. Специальная литература) . — Режим доступа : <https://e.lanbook.com/reader/book/117648/#1>. — ISBN 978-5-8114-4257-7. — ISBN 978-5-4495-0124-0.
4. Тульчинский, Григорий Львович. Менеджмент специальных событий в сфере культуры [Электронный ресурс] : учебное пособие / Григорий Львович Тульчинский. — 5-е изд., стер. — Электрон. текст. изд. — Санкт-Петербург : Планета музыки : Лань, 2019. — 384 с. —

- (Учебники для вузов. Специальная литература) . — Режим доступа : <https://e.lanbook.com/reader/book/113989/#3>. — ISBN 978-5-8114-0956-3. — ISBN 978-5-91938-308-6.
5. Шекова, Екатерина Леонидовна. Управление учреждениями культуры в современных условиях [Электронный ресурс] : учебное пособие / Екатерина Леонидовна Шекова. — Электрон. текст. изд. — Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2014. — 416 с. — (Учебники для вузов. Специальная литература) . — Режим доступа : <http://e.lanbook.com/view/book/41022/>. — ISBN 978-5-8114-1426-0. — ISBN 978-5-91938-076-4.

6.2. Дополнительная литература

1. Андрущенко, Елена Юрьевна. Менеджмент в сфере академической музыкальной культуры и современные event-технологии [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Елена Юрьевна Андрущенко. — 4-е изд., стер. — Электрон. текст. изд. — Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2018. — 84 с. — (Учебники для вузов. Специальная литература) . — Режим доступа : <https://e.lanbook.com/reader/book/102510/#3>. — ISBN 978-5-8114-2537-2. — ISBN 978-5-91938-398-7.
2. Бессонова, Юлия Александровна. Понятийно-терминологическая система социально-культурной деятельности : рекомендовано редакционно-издательским советом ФГБОУ ВО "Орловский государственный институт культуры" в качестве учебного пособия для студентов-магистров направления "Социально-культурная деятельность" / Юлия Александровна Бессонова. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2019. — 160 с. — (Учебники для вузов. Специальная литература) . — Режим доступа : <https://e.lanbook.com/reader/book/121154/#1>. — Режим доступа: по подписке для авториз. пользователей ЭБС СГИИ. — ISBN 978-5-8114-4446-5. — ISBN 978-5-4495-0194-
3. Кадырова, Светлана Викентьевна. Self-management в сфере культуры и искусства [Электронный ресурс] : учебное пособие / Светлана Викентьевна Кадырова. — 1 файл в формате PDF. — Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2013. — 224 с. — (Учебники для вузов. Специальная литература) . — Режим доступа : <https://e.lanbook.com/reader/book/13241/#1>. — ISBN 978-5-8114-1511-3. — ISBN 978-5-91938-093-1
4. Оганов, Арнольд Арамович. Теория культуры [Электронный ресурс] : учебное пособие: рекомендовано кафедрой философии и культурологии ВГУ (института) им. М. С. Щепкина в качестве учебного пособия для студентов вузов; рекомендовано кафедрой прикладной культурологии и социокультурного менеджмента факультета "Предпринимательство в культуре" АНОВО "Международный университет в Москве"; рекомендовано Ученым Советом факультета педагогического образования МГУ им. М. В. Ломоносова / Арнольд Арамович Оганов. — 5-е изд., стер. — Электрон. текст. изд. — Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2019. — 560 с. — (Учебники для вузов. Специальная литература) . — Режим доступа : <https://e.lanbook.com/reader/book/119119/#1>. — ISBN 978-5-8114-4340-6. — ISBN 978-5-4495-0160-8.
5. Тульчинский, Григорий Львович. Менеджмент в сфере культуры [Электронный ресурс] : рекомендовано Министерством общего и профессионального образования РФ в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по специальности «Культурология» / Григорий Львович Тульчинский. — 5-е изд., испр. и доп. — Электрон. текст. изд. — Санкт-

Петербург : Лань : Планета музыки, 2013. — 544 с. — (Учебники для вузов. Специальная литература) . — Режим доступа : <https://e.lanbook.com/reader/book/13880/#3>. — Гриф Минобрнауки РФ. — ISBN 978-5-8114-0517-6.

6.3. Необходимые базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Электронная библиотечная система федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Сибирский государственный институт искусств имени Дмитрия Хворостовского» (ЭБС СГИИ имени Д. Хворостовского). – URL: <http://192.168.2.230/opac/app/webroot/index.php> (в локальной сети вуза) или <http://80.91.195.105:8080/opac/app/webroot/index.php> (в сети интернет).

2. Электронная библиотечная система Издательства «Лань». - URL: <https://e.lanbook.com>

3. Электронная библиотечная система «Юрайт». - URL: <https://urait.ru/catalog/organization/1E5862E7-1D19-46F7-B26A-B7AF75F6ED3D>

4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. - URL: http://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=13688

5. Национальная электронная библиотека - проект Российской государственной библиотеки. - URL: <https://rusneb.ru/>

6. Информационно-правовая система "Консультант Плюс". - Доступ осуществляется со всех компьютеров локальной сети вуза.

7. Шкалы оценивания и критерии оценки

Устный ответ, тестирование, творческий проект позволяют оценить следующие знания, умения, навыки и/или опыт практической деятельности:

Знать: общую структуру концепции реализуемого проекта, понимать ее составляющие и принципы их формулирования;

- основные нормативные правовые документы в области культуры и искусства
- этические нормы профессионального взаимодействия с коллективом;
- психологию общения, методы развития личности и коллектива;
- о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы;

Уметь:

формулировать взаимосвязанные задачи, обеспечивающие достижение поставленной цели;

- ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов;
- понимать свою роль в коллективе в решении поставленных задач, предвидеть результаты личных действий, гибко варьировать свое поведение в команде в зависимости от ситуации;
- работать индивидуально и с группой, выстраивать отношения, психологически взаимодействовать с коллективом;
- анализировать и оценивать собственные силы и возможности; выбирать конструктивные стратегии личностного развития на основе принципов образования и самообразования;

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.

- навыком составления плана последовательных шагов для достижения поставленной цели;
- навыком эффективного взаимодействия со всеми участниками коллектива;
- навыком составления плана последовательных шагов для достижения поставленной цели.

8.1. Критерии оценки качества ответа

Для оценивания по пятибалльной системе

Критерии	Оценки			
	2 (неудовл.)	3 (удовл.)	4 (хорошо)	5 (отлично)
1. Обоснованный четкий ответ, краткость изложения ответа.	Отсутствует ориентация в материале вопроса, последовательное изложение и логика в изложении проблемы. Временные рамки ответа размыты.	Проблема раскрыта частично. Допущены неточности и ошибки при толковании основных положений. Ответ затянут по времени, потребовались наводящие вопросы.	Ответ достаточно уверенный, материал изложен грамотно, но содержание обозначенной проблемы раскрыто не в полной мере. Ответ затянут по времени.	Обоснованный, четкий ответ, прослеживается логика в изложении темы и собственный взгляд на проблему. Проблема раскрыта полностью за оптимальное время.
2. Гибкость мышления, знание учебной и методической литературы.	Отсутствие ответов на дополнительные вопросы. Частичные знания учебной и методической литературы (менее 40%).	Отсутствие ответов на дополнительные вопросы. Частичные знания учебной и методической литературы (менее 40%).	Незначительные неточности при ответах на дополнительные вопросы. В целом, хорошая ориентация в учебной и методической литературе (не менее 80%).	Грамотные и содержательные ответы на дополнительные вопросы. Эрудированность в знании учебной и методической литературы (100%).
3. Уровень владения профессиональной терминологией	Слабая ориентация в профессиональной терминологии, неумение применить при ответе.	Большие затруднения в применении в ответе профессиональной терминологии Избирательные знания (не менее 50%).	Знание основных понятий терминологии (не менее 80%). Допущены незначительные 2-4 неточности	Уверенное 100% владение терминологией. Грамотное применение при ответе.

8.2. Критерии оценки результатов тестирования

критерии	оценка			
	2 (неудовлетворительно)	3 (удовлетворительно)	4 (хорошо)	5 (отлично)

Количество правильных ответов	Менее 50 % правильных ответов	50 – 70 % правильных ответов	70 – 85 % правильных ответов	85-100 % правильных ответов
-------------------------------------	-------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	-----------------------------------

8. Типовые контрольные задания.

9.1. Тестовые задания

1. Входит ли контроль за производством сценических декораций, пошивом сценических костюмов, закупкой или производством музыкальных инструментов, светового, звукового, технического оборудования в обязанности арт-менеджера ?

Предполагаемый ответ: да, при условии, что он специализируется на организации мероприятий в сфере концертной и театральной деятельности народных коллективов

2. Является ли арт-менеджмент междисциплинарной формой деятельности?

Предполагаемый ответ: да, является. Она находится в системе таких дисциплин как «Теория и практика социо-культурного менеджмента», «Технологические основы социально-культурной деятельности», « Основы продюсерского мастерства», « Основы и структура арт-индустрии», «Философия культуры», «Психология», «Реклама», «Психология управления» и т.п.

3. Является ли понятие PR аналогичным понятию реклама?

Предполагаемый ответ: Реклама является составной частью PR и активно участвует в формировании общественного мнения о компании или мероприятии.

4. Приведите примеры определений арт-менеджмента в наибольшей степени соответствует задачам изучаемой дисциплины:

Предполагаемый ответ:

- Арт-менеджмент это особый тип управления организацией в сфере искусства и рыночной системе хозяйствования.
- Это организационное, руководящее и исполнительское искусство, требующее не только знаний и опыта, но и авантюризма, интуиции, умения воспринимать и использовать существующие на арт-рынке потребности, т.е спрос, стандарты качества и художественного вкуса.
- Это деятельность базирующаяся на системе принципов, функций, методов и организационной структуре управления организацией сферы искусства, соответствующую социокультурным условиям, а также экономико-правовой реальности

5. Приведите пример классификации взаимоотношений государства и культуры по классификации А. Моля

Предполагаемый ответ:

А. Моль, предлагает в качестве основания для классификации социостатические и социодинамические характеристики моделей культурной политики, различал следующие ее группы: I. Социостатическая (популистская; патерналистская и эклектическая) и II. Социодинамическая.

6. Так называемая Британская модель культурной политики это:

Предполагаемый ответ: Когда правительство определяет общую сумму дотаций на культуру, но не участвует в распределении финансов, его осуществляют специальные фонды. Соответственно влияние государства в области цензуры и давления минимизировано.

7. Понятие интеллектуальный капитал в контексте арт-менеджмента.

Предполагаемый ответ: Понятие «интеллектуальный капитал» - обозначает нематериальные ресурсы, активы. Это явление берет начало на заре экономики, когда доброе имя в торговле обеспечивало ее носителю более высокие прибыли. С тех пор значение репутации производителя или компании только растет. Не случайно на рынке PR услуг именно репутационные технологии достаточно востребованы.

Интеллектуальные активы — экономические ресурсы организации, являющиеся результатом творческой, научно-исследовательской или изобретательской деятельности, обладающие искусственно созданными свойствами редкости и исключительности и способностью приносить экономические выгоды. Стандартными элементами интеллектуального капитала в любой организационной структуре являются: 1. Рыночные активы, 2. Интеллектуальная собственность как актив (например патенты на марку или изобретение), 3. Человеческие активы, 4. Инфраструктурные активы (владение информацией, путями реализации, транспортировки, демонстрации и пр.).

8. Обозначьте три ключевые роли арт-менеджера, как управленца, предопределяющие успех его деятельности.

Предполагаемый ответ: Выделяют три ключевые роли арт-менеджера, предопределяющие успех его деятельности:

1. Роли по принятию решений, направленных на определение направления движения организации, распределение ресурсов, коррекцию текущей деятельности.

2. Информационные роли, направленные на обработку собираемой информации, разработку и осуществление рекламной кампании по продвижению арт-продукта на рынок.

3. Межличностные роли, способствующие осуществлению руководящих функций, улаживанию конфликтов, ведению деловых контактов и переговоров, определению объема и содержания работы сотрудников.

9. Основываясь на своем опыте социального взаимодействия с представителями художественной среды, определите наиболее актуальные проблемы управления в сфере искусства в России:

Предполагаемый ответ:

- 1. отсутствие организованного регионального арт-рынка, интегрированного в отечественный и международный;**
- 2. слабое использование менеджмента предпринимательства;**
- 3. Отсутствие института экспертов и профессиональных менеджеров-искусствоведов, арт-дилеров;**
- 4. отсутствие собственных механизмов котировки произведений искусства, отсутствует рейтинг художников;**
- 5. слишком большой диапазон авторов в галереях;**
- 6. несовершенство законодательства, правовая незрелость института экспертизы;**
- 7. отсутствие профильных СМИ, института художественной критики;**
- 8. отсутствие массового покупателя произведений искусства.**
- 9. Концепция развития отечественного арт-рынка, появление нового типа художника-предпринимателя;**

10. художественное коллекционирование как основа художественного рынка, формирование традиций семейного арт-бизнеса ;

10. Сформулируйте основные особенности проектной деятельности и ее организации.

Предполагаемый ответ:

- проект служит основанием для предполагаемой творческой работы и дает оценку результатам деятельности за определенный период;
- проект становится документом, который определяет курс действий и формы управления ими, он выполняет как стратегические цели планирования предстоящей работы, так и тактические - руководство и контроль исполнения различных действий по реализации проектируемых форм деятельности;
- проект может быть использован как средство для получения необходимых инвестиций и может служить мощным инструментом нахождения путей финансирования проекта;
- проект обязательно рассматривается как документ, восприимчивый для различного рода нововведений (организационных, информационных, технических, технологических, экономических и т.н.);
- проект служит рекламой предполагаемой акции, программы, становясь своеобразной визитной карточкой проектной организации. Он должен быть компактным, красиво оформленным и информационно-насыщенным;
- проект демонстрирует готовность разработчиков идти на риск и является развернутым документом, страхующим успех;
- проект является инструментом самообучения.

11. Что является технологией организации и управления в арт-менеджменте.

Предполагаемый ответ: планирование предстоящей работы, правильная постановка и ранжирование целей, мотивирование, контроль

12. Перечислите каким может быть контроль по реализации специального события в арт сфере.

Предполагаемый ответ: ведомственным, государственным, общественным. В зависимости от характера события.

13. Согласно такой области знаний как конфликтология, могут ли быть у конфликта в рабочем коллективе положительные функции?

Предполагаемый ответ: Да, могут, они могут быть конструктивными.

14. Обобщенно обозначьте этапы работы над творческим проектом.

Предполагаемый ответ:

1. Уточнение проблемы, изучение запросов и интересов аудитории

2. Конкретизация темы, формулировка идеи, цели, задач

3. Обоснование выбора формы, жанра

4. Поиск художественного образа

5. Определение композиционного построения сценария

6. Предварительный план-график выполнения проекта

7. Предполагаемый расчет расходов и доходов

15. Приведите определение понятия «маркетинг» в контексте системы арт-менеджмента.

Предполагаемый ответ:

Понятие «маркетинг» трактуется, во-первых, как «философия» производства, как совокупность приемов и методов, сложившихся в систему управления деятельностью фирм и объединений, и, во-вторых, как функция менеджмента, направленная на изучение покупательского спроса (существующего и потенциального), организацию рекламы, проведение ценовой политики и т.д. на основе изучения рынка и применительно к его требованиям.

Согласно современной концепции маркетинга, все виды деятельности учреждения, в том числе и учреждения культуры, или конкретного менеджера должны основываться на знании потребительского спроса и его изменений в перспективе. Выявление неудовлетворенных запросов потребителей и ориентирование своей деятельности на удовлетворение этих запросов становится одной из основных целей маркетинга.

16. Сформулируйте основные стадии PR-кампании.

Предполагаемый ответ:

- 1. Постановка проблемы, определение цели программы с точки зрения PR.**
- 2. Формулировка целей, которые должны быть достижимыми и предлагать варианты решения проблемы.**
- 3. Определение потенциальной аудитории, выделение целевых аудиторий, учитывая степень важности каждой группы.**
- 4. Разработка стратегии, раскрывающей пути достижения цели.**
- 5. Конкретизация тактики, определение последовательных действий для достижения цели.**
- 6. Разработка календаря, временного графика различных видов действий.**
- 7. Подсчет бюджета с учетом начисления расходов на не предвиденные обстоятельства (10%).**
- 8. Конкретизация процедур оценки успешности разработанной программы по определенным заранее критериям.**

17. Сформулируйте, чем занимается имиджелогия.

Предполагаемый ответ:

Имиджелогия занимается созданием притягательного образа и управлением искусством нравиться публике, массовому зрителю, разрабатывает методологические, теоретические, технологические и методические основы личного обаяния, привлекательного образа.

18. Обозначьте три группы критериев оценки имиджа субъекта в имиджелогии.

Предполагаемый ответ:

- 1. Самоощущение человека - удачным считается тот имидж, который вызывает у самого человека ожидаемый спектр ощущений**
- 2. Появление планируемых оценок со стороны окружающих оценки не должны быть обязательно позитивными: к примеру, проявление чувства зависти, нездорового любопытства к событиям личной жизни артиста, возникновение фан-клубов и т.п.**
- 3. Практическое достижение планируемого - появление повышенного спроса на концерты, музыкальные записи, посещение спектаклей с участием любимого артиста и т.д.**

19. Обозначьте не менее 4 положительных функций конфликта в коллективе .

Предполагаемый ответ (на выбор):

1. Конфликт является формой разрешения противоречий.
2. Конфликт способствует снятию напряженности и ликвидации стрессовой ситуации, помогает “выпустить пар”.
3. Конфликт может выполнять интегративную, объединительную функцию.
4. Разрешение конфликта приводит к стабилизации социальной системы, при этом ликвидируются источники неудовлетворенности.
5. Конфликт интенсифицирует и стимулирует групповое творчество, способствует мобилизации энергии для решения стоящих перед субъектами задач.
6. Конфликт может служить средством выяснения соотношения сил социальных групп или общностей и тем самым может предостеречь от последующих более разрушительных конфликтов.
7. Конфликт может служить средством для возникновения новых норм общения между людьми или помочь наполнить новым содержанием старые нормы.
8. Конфликт может выполнять познавательную функцию по отношению к людям, которые принимают в нем участие, способствует самопознанию, самоутверждению и адекватной самооценке личности.
9. Конфликт является существенным фактором адаптации человека в группе.

20. Обозначьте основные черты новой образовательной парадигмы, отражающей реалии формирующегося общества знания.

Предполагаемый ответ:

- 1) превращение образования из средства формирования набора знаний, умений и навыков в способ воспроизводства и развития личности;
- 2) становление нового типа обучающегося, опирающегося в своей деятельности не столько на узконаправленные знания, сколько на широкие *компетенции*;
- 3) соответствие выпускника образовательной организации современным требованиям социального развития;
- 4) достижение такого соответствия возможно только путем реализации парадигмы "образование на протяжении всей жизни";
- 5) гуманитаризация образования как ключевое средство превращения обучающегося в полноценного участника процесса социально-экономического развития;
- 6) повышение роли нравственного воспитания;

Таким образом, образование в формирующемся информационном обществе становится принципиально новым фактором, определяющим возможности интеграции обучающегося в процесс устойчивого социально-экономического развития.

21. Дайте определение такому явлению как арт-резиденция.

Предполагаемый ответ: Программы арт-резиденций дают возможность творческим работникам жить и трудиться в другом месте «ради искусства». АР принимают людей на определенное время. В большинстве случаев гостям также предоставляются готовые для использования рабочие мастерские. Ни одна из арт-резиденций не похожа на другую. Любую АР – вне зависимости от размера – отличают собственные местная история, философия, условия и материально-техническая база.

22. Дайте определение понятию «бизнес-план».

Предполагаемый ответ: Бизнес-план - это подробный, четко структурированный и

тщательно подготовленный документ, описывающий, к чему стремится организация, как она предполагает добиться поставленных целей, и как будет выглядеть после их достижения . Бизнес-план является основой работы любой организации, а также помогает внедрить на рынок спроса определенные услуги и оценить их экономическую выгоду.

23. Дайте определение чем различаются внутренние и внешние бизнес-планы.

Предполагаемый ответ: Различают внутренние и внешние бизнес-планы. Первые предназначены для обоснования внутрихозяйственных проектов, а вторые - для привлечения внешних инвестиций.

24. На какие сроки целесообразно составлять бизнес-план.

Предполагаемый ответ: Бизнес-план целесообразно составлять на 3-5 лет: для первого года основные показатели рекомендуется рассчитать по месяцам, для второго - по кварталам; начиная с третьего года можно ограничиваться годовыми показателями.

25. Обозначьте последовательность разработки бизнес-плана.

Предполагаемый ответ: 1. сбор и анализ информации о продукте (услуге) и о рынке сбыта

2. анализ состояния конкурентной среды;
3. анализ состояния и перспективности отрасли;
4. анализ состояния и возможностей учреждения;
5. разработка стратегии маркетинга, товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики;
6. определение потребности и путей обеспечения необходимыми ресурсами;
7. расчет необходимого капитала, определение затрат, анализ и планирование основных финансовых показателей;
8. определение источников финансирования, расчет эффективности;
9. разработка организационной структуры, правового обеспечения и графика реализации проекта;
10. решение вопросов рисков и гарантий;
11. составление краткого содержания проекта;
12. оформление бизнес-плана.

26. Обозначьте, что понимается под барьером коммуникации, или коммуникативным барьером.

Предполагаемый ответ: 1) какое-либо препятствие, которое возникает в процессе передачи информации;

2) совокупность внешних и внутренних факторов и явлений, которые мешают эффективной коммуникации, снижают ее эффективность, а иногда даже полностью блокируют ее.

27. Обозначьте, какие два основных вида барьеров могут помешать эффективной коммуникации в процессе реализации проекта арт-менеджером.

Предполагаемый ответ:

- барьеры, связанные с коммуникативным процессом;
- барьеры, связанные с личностью людей, которые вступают в процесс коммуникации.

28. Перечислите, что нужно, чтобы успешно выстроить передачу информации при коммуникации в процессе деятельности арт-менеджера.

Предполагаемый ответ:

- структурировать, логически выстроить информацию;
- обратить внимание на эмоциональное состояние;
- настроить партнера на прием информации;
- говорить четко и аргументировано;
- интонационно выделить наиболее важные моменты;
- попросить повторить информацию и скорректировать ошибки.

29. Перечислите, что нужно, чтобы эффективно воспринимать максимум информации при коммуникации в процессе деятельности арт-менеджера.

Предполагаемый ответ:

- настроиться и внимательно выслушать сообщение;
- структурировать информацию при приеме;
- повторить услышанное, чтобы передающий скорректировал информацию;
- записать информацию.

30. Обозначьте основные требования, в области личностно-профессиональных качеств предъявляемых к оратору во время публичных выступлений.

Предполагаемый ответ:

- ориентированность на результат;
- ориентированность на людей;
- коммуникативная компетентность;
- логичность и нестандартность мышления;
- стремление к самосовершенствованию;
- харизматичность.

9.2. Примерные темы творческих проектов

1. Разработка концепции публичного мероприятия (включая визуальное решение, пресс-релиз, презентацию, организацию, план осуществления этапов работы и примерную смету). Это могут быть:

- фестивали искусств различного уровня
- художественные выставки
- музыкальные концерты
- театральные выступления
- литературные фестивали

2. Разработка концепции выездного творческого мероприятия (включая визуальное решение, пресс-релиз, презентацию, организацию, план осуществления этапов работы и примерную смету). Это могут быть:

- симпозиумы и пленэры по различным видам искусств
- творческие выездные школы
- передвижные выставки с мастер-классами и другими мероприятиями направленными на развитие проекта
- арт-резиденции по различным видам искусств

3. Разработка концепции научно-образовательного мероприятия в сфере искусства (включая визуальное решение, пресс-релиз, презентацию, организацию, план осуществления этапов работы и примерную смету). Это могут быть:

- научно-практическая конференция, связанная с актуальной проблематикой в сфере различных видов искусств
- семинары, круглые столы, дискуссионные площадки и пр.

- сбор материалов, написание и публикация научной монографии в сфере искусства.

При условии, что тематика актуальна и в проекте задействовано как минимум 5 человек узких специалистов в различных видах искусств.

4. Разработка концепции проекта в сфере искусства(включая визуальное решение, пресс-релиз, презентацию, организацию, план осуществления этапов работы и примерную смету) направленного на сохранение и структуризацию информации по значимым явлениям в различных сферах искусства а также на развитие коммуникативных способов освоения информации. Это могут быть:

- сайты и базы данных музеев, фондов, выставочных залов, галерей, архивов и пр.
- разработка новых форм он-лайн работы с информационными и культурными источниками
- электронные ресурсы, помогающие коммуникации отдельных групп художников, артистов, музыкантов и потенциальных потребителей их творчества
- различного рода интернет платформы для развития коммуникативных и творческих связей, выставочной, театральной и концертной деятельности

9.3. Вопросы для зачета по предмету:

10. Раскройте различие понятий «менеджмент» и «арт-менеджмент». Перечислите особенности арт - менеджмента от управления в других областях.
11. Перечислите и раскройте цели арт-менеджмента.
12. Дайте характеристику профессиональных и личностных качеств арт-менеджера.
13. Раскройте основные функции арт-менеджера. Приведите примеры.
14. Раскройте понятие «технологии арт-менеджмента». Приведите примеры..
15. Раскройте понятие «организационно-управленческие технологии».
16. Перечислите и принципы, которыми необходимо руководствоваться арт-менеджеру в процессе выполнения организационной функции независимо от масштабов арт-проектов.
17. Раскройте понятие «персональный имидж», роль персонального имиджа в арт-индустрии.
18. Перечислите критерии оценки имиджа.
19. Раскройте понятия «внутренний имидж» и «внешний имидж».
20. Раскройте принципы построения долгосрочного персонального имиджа.
21. Раскройте понятие «корпоративный имидж».
22. Дайте характеристику составляющим элементам имиджа организации.
23. Раскройте понятие «неосязаемый имидж организации». Дайте характеристику составляющим внутреннего имиджа.
24. Перечислите и раскройте инструменты формирования имиджа организации.
25. Раскройте понятие «маркетинг». Охарактеризуйте функции маркетинга в сфере культуры и искусства. Дайте характеристику видам деятельности маркетинга, которые применяются в арт-менеджменте.
26. Дайте характеристику понятию «сегментация рынка». Раскройте стратегии сегментации потребителей услуг в сфере культуры и искусства.
27. Раскройте понятие «фандрайзинг в сфере культуры и искусства».
28. Раскройте функции и значение выставочной деятельности. Дайте характеристику особенностям организации выставочной деятельности.
29. Раскройте понятие «проектная деятельность» в сфере арт-менеджмента. Охарактеризуйте задачи проектной деятельности. Раскройте фазы полного проектного цикла.

10. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

10.1. Формы контроля уровня знаний студентов

В процессе изучения дисциплины предусмотрены следующие формы контроля: текущий, промежуточный контроль, итоговый контроль, контроль самостоятельной работы студентов.

Текущий контроль осуществляется в течение семестра в виде тестирования студентов по темам курса.

Промежуточный контроль осуществляется в форме зачета с оценкой в 9 семестре.

Итоговый контроль осуществляется в форме экзамена в 10 семестре.

Итоговая оценка предполагает суммарный учет посещения занятий, степени активности студента и выполнение им всех видов аудиторной и самостоятельной работы.

Контроль самостоятельной работы студентов осуществляется в течение всех семестров. Формы контроля - устный опрос, собеседование.

10.1.2. Описание процедуры аттестации

Процедура итогового контроля по дисциплине проходит в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Аттестационные испытания проводятся преподавателем (или комиссией преподавателей – в случае модульной дисциплины), ведущим лекционные занятия по данной дисциплине, или преподавателями, ведущими практические и лекционные занятия. Присутствие посторонних лиц в ходе проведения аттестационных испытаний без разрешения ректора или проректора не допускается (за исключением работников института, выполняющих контролирующие функции в соответствии со своими должностными обязанностями). В случае отсутствия ведущего преподавателя аттестационные испытания проводятся преподавателем, назначенным письменным распоряжением по кафедре (структурному подразделению).

Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, имеющие нарушения опорно-двигательного аппарата, допускаются на аттестационные испытания в сопровождении ассистентов-сопровождающих.

Во время аттестационных испытаний обучающиеся могут пользоваться программой учебной дисциплины, а также с разрешения преподавателя справочной и нормативной литературой.

Время подготовки ответа при сдаче зачета в устной форме должно составлять не менее 30 минут (по желанию обучающегося ответ может быть досрочным). Время ответа – не более 15 минут.

При проведении устного экзамена экзаменационный билет выбирает сам экзаменуемый в случайном порядке.

Экзаменатору предоставляется право задавать обучающимся дополнительные вопросы в рамках программы дисциплины текущего семестра, а также, помимо теоретических вопросов.

Оценка результатов устного аттестационного испытания объявляется обучающимся в день его проведения. При проведении письменных аттестационных испытаний или компьютерного тестирования – в день их проведения или не позднее следующего рабочего дня после их проведения.

Структура экзамена

Экзамен складывается из защиты творческого проекта и участия в дискуссионном собеседовании с преподавателем по темам. Знания, умения и владение предметом студентом оценивается по дифференцированной системе оценки наличия основных единиц компетенции.

Структура зачета

Ответ студента оценивается по системе «зачтено»/«не зачтено» с учетом критериев оценки устного ответа, предполагает учет выполнения заданий в течение учебного семестра и качества ответа на устные вопросы.

11. Методические рекомендации

11.1. Пояснительная записка

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Арт-менеджмент» разработаны в соответствии с ФГОС ВО по направлениям подготовки 53.04.03 Искусство народного пения (уровень магистратуры), утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 982 от 11.08.2016, 53.04.06 Музыкальное и музыкально-прикладное искусство (уровень магистратуры), утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 979 от 11.08.2016 и рабочей программой дисциплины «Арт-менеджмент».

Цель методических рекомендаций - обеспечить обучающимся оптимальную организацию процесса изучения дисциплины «Арт-менеджмент», способствовать приобретению ими необходимых компетенций, а также выполнению различных форм самостоятельной работы.

В современных условиях одним из важнейших требований к будущему магистру является умение самостоятельно пополнять свои знания, ориентироваться в потоке научной и культурной информации. Учебным планом отведено 144 ч. на изучение дисциплины «Арт-менеджмент», из которых 38 ч. отведено на самостоятельную работу, 70 ч. на контактную работу с преподавателем (42 ч. – лекционных занятий и 28 ч. практических занятий), 36 ч. выделено на подготовку к экзамену.

Приступая к изучению дисциплины «Арт-менеджмент», обучающиеся должны ознакомиться с рабочей программой дисциплины, настоящими методическими указаниями, фондом оценочных средств, а также с учебной, научной и методической литературой, имеющейся в библиотеке СГИИ им. Дмирия Хворостовского, получить доступ в электронные библиотечные системы, получить в библиотеке рекомендованные учебники и учебно-методические пособия, завести новую тетрадь для конспектирования лекций, тетрадь для подготовки к семинарам и выполнения заданий самостоятельной работы.

Для обеспечения систематической и регулярной работы по изучению дисциплины и успешного прохождения промежуточных и итоговых контрольных испытаний обучающимся рекомендуется придерживаться следующего порядка обучения:

1. Регулярно посещать лекционные и практические (семинарские) занятия
2. Изучать каждую тему дисциплины, используя различные формы индивидуальной и групповой работы в соответствии с рекомендациями преподавателя, читающего лекции.
3. Следовать рекомендациям преподавателя, читающего лекции, при подготовке к практическим (семинарским) занятиям. Согласовывать с преподавателем виды работы по изучению дисциплины.
4. Осуществлять самостоятельную подготовку к промежуточному контролю.
5. По завершении отдельных тем, дисциплины в целом передавать выполненные работы (рефераты, аналитические обзоры, конспекты источников, творческую письменную работу) преподавателю, читающему лекции в установленные сроки.

При регулярном выполнении текущих заданий, активном участии в учебных дискуссиях в ходе практических (семинарских) занятий, выполнении письменных работ, аналитических обзоров, презентаций и успешном прохождении промежуточной аттестации обучающийся может претендовать на сокращение программы итоговой аттестации по дисциплине.

11.2. Характер различных видов учебной работы и рекомендуемая последовательность действий обучающегося («сценарий изучения дисциплины»)

Обучение по дисциплине «Арт-менеджмент» строится следующим образом:

- в ходе лекционных занятий преподаватель дает общую характеристику рассматриваемого вопроса, различные научные концепции или позиции, основные сведения о каждом рассматриваемом вопросе, предлагает определения ключевых терминов. Обучающимся во время лекции рекомендуется составлять конспект лекции, фиксирующий ее логику развития, основные ее тезисы и ключевые определения. Конспект лекции может быть составлен в виде блок-схемы,

отражающей основные тезисы лекции. После лекции необходимо провести дополнительную работу с ее конспектом, а именно внимательно просмотреть конспект лекции в течении 8 часов после его фиксации, отметить материал, вызывающий трудности для понимания, попытаться найти ответы на вопросы для самостоятельного изучения теоретического материала, предоставляемые в конце каждой лекции преподавателем, читающим лекции, при необходимости сформулировать вопросы, на которые так и не удалось найти ответы в ходе самостоятельного изучения теоретического материала.

- при подготовке к практическому (семинарскому) занятию обязательно требуется изучение дополнительной литературы по теме занятия. Без использования нескольких источников информации невозможно проведение дискуссии на занятиях, обоснование собственной позиции, построение аргументации. Если обсуждаемый аспект носит дискуссионный характер, следует изучить существующие точки зрения и выбрать тот подход, который вам кажется наиболее верным. При этом следует учитывать необходимость обязательной аргументации собственной позиции. Во время практических занятий рекомендуется активно участвовать в обсуждении рассматриваемой темы, выступать с подготовленными заранее докладами и презентациями, принимать участие в выполнении контрольных работ. Практические (семинарские) занятия предназначаются для углубленного изучения той или иной темы в рамках дисциплины и овладения методологией применительно к особенностям изучаемой отрасли науки. Ведущей дидактической целью практических (семинарских) занятий является систематизация и обобщение знаний по изучаемой теме, разделу, формирование умений работать с дополнительными источниками информации, сопоставлять и сравнивать точки зрения, конспектировать прочитанное, высказывать свою точку зрения и т.п.

При подготовке к практическому (семинарскому) занятию необходимо уточнить план его проведения (ключевые вопросы), проработать конспект лекции, ознакомиться с основной и дополнительной литературой, новыми публикациями в научной периодике по теме семинара и составить план ответов по каждому из вопросов практического (семинарского) занятия, выполнить задания иных форм, задание к данному практическому (семинарскому) занятию, при затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

В ходе практических (семинарских) занятий запланированы следующие формы работы:

- учебная дискуссия;
- решение ситуационных задач (кейсов);
- групповая работа по решению проблемных задач;
- представление подготовленных обучающимися презентаций по темам занятий.

При освоении дисциплины «Арт-менеджмент» необходимы следующие виды заданий для студентов:

Таблица 1

для овладения знаниями:	для закрепления и систематизации знаний:	для формирования умений:
Чтение и конспектирование текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы) составление плана текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы) работа со словарями и справочниками	работа с конспектом лекции, в том числе составление плана лекций повторная работа над учебным материалом составление плана и тезисов ответа	
учебно-исследовательская работа использование аудио- и	составление таблиц для систематизации учебного материала ответы на контрольные	подготовка доклада выстраивание

видеозаписей, компьютерной техники, Интернет и др.	вопросы	самостоятельной позиции и убедительность ее публичного оформления
создание фильмов, мультимедийных презентаций.	подготовка к решению тестовых заданий	Поиск и обработка информации по заданной теме
	подготовка сообщений к выступлению на конференции подготовка рефератов, докладов	
	составление библиографии	

В случае затруднений в освоении материала обратиться к преподавателю во время текущей консультации.

11.3. Формы самостоятельной работы

Рабочей программой дисциплины «Арт-менеджмент» предусмотрены следующие формы самостоятельной работы:

- 1) самостоятельное изучение теоретического материала;
- 2) составление аналитических обзоров актуальных информационных источников;
- 3) конспектирование источников по теме;
- 4) анализ ключевых терминов;
- 5) подготовка презентаций;
- 6) выполнение творческой письменной работы

Самостоятельное изучение теоретического материала включает не только прочтение материала, предложенного преподавателем, читающим лекцию, но и освоение дополнительного материала, позволяющего самостоятельно наращивать объем знаний и навыков. В процессе самостоятельного изучения теоретического материала студенты осваивают литературу из списка основной и дополнительной литературы, представленного в соответствующем разделе данной рабочей программы. Каждый студент должен освоить все вопросы для самостоятельного изучения материала. Результаты самостоятельного изучения теоретического материала представляются студентами преподавателю посредством успешного выполнения заданий, правильного решения ситуационных задач.

Студенты осваивают теоретический материал по предложенным преподавателем, читающим лекции, источникам из перечня учебно-методических материалов по дисциплине, а также самостоятельно обнаруженным информационным ресурсам. Преподаватель, читающий лекции, в конце каждого занятия предлагает перечень вопросов для самостоятельного изучения и список источников, необходимых для изучения, включая нормативно-правовую документацию.

11.4. Рекомендации по подготовке докладов (презентаций, эссе, рефератов) в том числе рекомендации по оформлению и предлагаемые темы работ

Подготовка презентаций является одним из важнейших видов самостоятельной работы обучающихся в рамках дисциплины «Арт-менеджмент», поскольку позволяет углубленно изучить тот или иной аспект поставленной задачи, осмыслить его и представить результат в визуальном формате.

Программа PowerPoint, входящая в программный пакет Microsoft Office, предназначена для создания презентаций. С ее помощью обучающийся может быстро оформить доклад в едином стиле, таким образом, значительно повысив степень восприятия предоставляемой информации

аудиторией. Презентация или «слайд-фильм», подготовленная в Power Point, представляет собой последовательность слайдов, которые могут содержать план и основные положения выступления, все необходимые таблицы, диаграммы, схемы, рисунки, входящие в демонстрационный материал. При необходимости в презентацию можно вставить видеоэффекты и звук.

Перед созданием презентации на компьютере важно определить: назначение презентации, ее тему – следует самому понять то, о чем вы собираетесь рассказывать; примерное количество слайдов - слайдов не должно быть много, иначе они будут слишком быстро меняться, и времени для записи у слушателей не останется; как представить информацию наиболее удачным образом; содержание слайдов; графическое оформление каждого слайда.

Методологи при составлении презентации рекомендуют проходить следующие этапы:

- Планирование презентации - определение целей, изучение аудитории, формирование структуры и логики подачи материала;
- Составление сценария - логика, содержание;
- Разработка дизайна презентации – определение соотношения текстовой и графической информации;
- Проверка и отладка презентации.

При подготовке презентации рекомендуется использовать следующие приемы, которые помогут выстроить презентацию с минимальными затратами личных ресурсов:

- 1) Мысленная (или на бумаге) подготовка структуры презентации;
- 2) Составление кратких заметок по каждому из предложенных шагов подготовки презентации;
- 3) Создание презентации в виде «бумажных слайдов», то есть на листках бумаги;
- 4) Рассказ презентации «табуретке»;
- 5) Учет замечаний «табуретки» и повторение процедуры до тех пор, пока все логические ошибки не будут устранены.

При подготовке презентации следует учитывать общепринятые требования к содержанию, расположению, выделению информации, шрифтам и объему информации на слайде:

1. Требования к содержанию информации: заголовки должны привлекать внимание аудитории, слова и предложения – короткие, временная форма глаголов – одинаковая, минимум предлогов, наречий, прилагательных;

2. Требования к расположению информации: горизонтальное расположение информации, наиболее важная информация в центре экрана, комментарии к картинке располагать внизу;

3. Требования к шрифтам: размер заголовка не менее 24 пунктов, остальной информации не менее 18 пунктов, не более двух - трех типов шрифтов в одной презентации, для выделения информации использовать начертание: полужирный шрифт, курсив или подчеркивание.

Необходимо использовать так называемые рубленые шрифты (например, различные варианты Arial илиTahoma), причем размер шрифта должен быть довольно крупный. Предпочтительно не пользоваться курсивом или шрифтами с засечками, так как при этом иногда восприятие текста ухудшается. В некоторых случаях лучше писать большими (заглавными) буквами (тогда можно использовать меньший размер шрифта). Иногда хорошо смотрится жирный шрифт.

Стоит учитывать, что на большом экране текст и рисунки будет видно также (не лучше и не крупнее), чем на экране компьютера. Часто для подписей к рисункам или таблицам выставляется мелкий шрифт (менее 10 пунктов) с оговоркой: "на большом экране все будет видно". Это заблуждение: конечно шрифт будет проецироваться крупнее, но и расстояние до зрителя будет значительно больше.

4. Способы выделения информации: рамки, границы, заливка, различный цвет шрифта, ячейки, блока, рисунки, диаграммы, стрелки, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов.

Важно подобрать правильное сочетание цветов для фона и шрифта. Они должны контрастировать, например, фон – светлый, а шрифт – темный, или наоборот. Первый вариант предпочтительнее, так как текст читается лучше. Черный текст – белый фон не всегда можно назвать удачным сочетанием для презентаций, так как при этом в глазах часто начинает рябить (особенно если шрифт мелкий), а, кроме того, иногда не достигается тот визуальный эффект, который необходим для эффективного восприятия материала. Использование фотографий в

качестве фона также не всегда удачно, из-за трудностей с подбором шрифта. В этом случае надо либо использовать более-менее однотонные иногда чуть размытые фотографии, либо располагать текст не на самой фотографии, а на цветной подложке. Иногда целесообразно использование "тематического" фона: сочетание цветов, несущие смысловую нагрузку и т. п.

5. Объем информации и требования к содержанию: на одном слайде не более трех фактов, выводов, определений, ключевые пункты отражаются по одному на каждом отдельном слайде.

Слайды не надо перегружать ни текстом, ни картинками. Лучше избегать дословного "перепечатывания" текста на слайды – слайды, перегруженные текстом, вообще не смотрятся. Лучше не располагать на одном слайде более 2-3 рисунков, так как иначе внимание слушателей будет рассеиваться. Не стоит вставлять в презентации большие таблицы: они трудны для восприятия – лучше заменять их графиками, построенными на основе этих таблиц. Если все же таблицу показать необходимо, то лучше оставить как можно меньше строк и столбцов, привести только самые необходимые данные. При той легкости, с которой презентации позволяют показывать иллюстративный материал, конечно же, хочется продемонстрировать как можно больше картинок. Однако не стоит злоупотреблять этим.

Если презентация предназначена только для показа (не для печати), то целесообразно "сжимать" картинки до экранного разрешения (76 точек на дюйм), а также использовать рисунки в формате джипег (расширение ".jpg"). Это уменьшит объем презентации и значительно ускорит и упростит работу.

11.5. Рекомендации по подготовке к тестированию (аудиовикторине и т.д)

Подготовка к тестированию и опросу необходима для проведения контрольных точек в ходе освоения материала. Необходимость в рекомендациях возникает в связи с тем, что тестирование на некоторых курсах являются основными формами текущего контроля.

Примерный текст рекомендаций по подготовке к тестированию и опросу.

Уровень подготовки зависит от знания теоретического и репродукционного материала, который выносится на контроль. В целом же алгоритм действий следующий:

1. По конспектам и учебнику изучите пройденные темы.
2. Просмотрите репродукционный материал в компьютерном кабинете.
4. Выпишите основные темы в тетрадь.
6. Составьте схему ответа.

Работа с электронным образовательным ресурсом – вид самостоятельной работы, проходит на личном или вузовском компьютере. Использование современных информационных средств позволяет закреплять и значительно расширять пройденный материал, актуализировать имеющиеся знания, владеть современными проблемами развития истории искусства.

11.6. Советы по подготовке к текущему, промежуточному и итоговому контролю по дисциплине

Изучение каждой дисциплины заканчивается определенными методами контроля, к которым относятся: текущая аттестация, зачет.

Требования к организации подготовки к зачету те же, что и при занятиях в течение семестра, но соблюдаться они должны более строго. При подготовке к зачету у студента должен быть хороший учебник или конспект литературы, прочитанной по указанию преподавателя в течение семестра.

Первоначально следует просмотреть весь материал по сдаваемой дисциплине, отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом опорные конспекты лекций.

Если в процессе самостоятельной работы над изучением теоретического материала или при решении задач у студента возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удастся, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний во время

консультаций. В своих вопросах студент должен четко выразить, в чем он испытывает затруднения, характер этого затруднения. За консультацией следует обращаться и в случае, если возникнут сомнения в правильности ответов на вопросы самопроверки.

В процессе освоения дисциплины практикуются как индивидуальные, так и групповые консультации по обозначенным специалистами сложным для освоения вопросам.

Для контроля текущей успеваемости и промежуточной аттестации используется рейтинговая система оценки. Для обеспечения необходимого уровня рейтинга рекомендуется стабильная посещаемость лекционных занятий, регулярность самостоятельной работы специалиста.

Зачет – контрольное мероприятие, которое проводится по окончании каждого нечетного семестра изучения дисциплины и экзамена по окончании четного семестра. в виде ответов на утвержденные в фонде оценочных средств вопросы с учетом текущей успеваемости по дисциплине и итогов самостоятельной работы.

