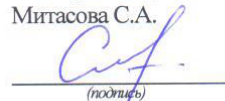


МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Сибирский государственный институт искусств имени Дмитрия
Хворостовского»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
социально-гуманитарных наук
и истории искусств
Митасова С.А.



(подпись)

«26» июня 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ

Уровень основной образовательной программы специалитет

Специальность 54.05.03 Графика

Специализация – Художник-график (станковая графика)

Форма обучения очная

Факультет художественный

Кафедра социально-гуманитарных наук и истории искусств

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО СЕМЕСТРАМ

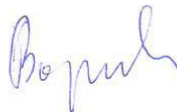
Трудоемкость		Самостоятельная работа	Контактные часы (семестры)		Часы контроля	Форма итогового контроля
ЗЕ	Часы		9	10		
7	252	156	30	30	36	экзамен

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по специальности 54.05.03 Графика, утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1428 от 16.11.2016 г.

Рабочая программа дисциплины разработана и утверждена на заседании кафедры «14» декабря 2016 г., протокол № 7.

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 компетенций, 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.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Арт-менеджмент» включена в вариативную часть Блока 1 дисциплин 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
ОК-7: способность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знать: - способы самоорганизации и самообразования, их особенности и технологии реализации; Уметь: - планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы их достижения;

	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятийно-категориальным аппаратом в области художественно-зрелищного, галерейного дела, концертной деятельности, профессиональной культурой изложения материала и навыками научной полемики, навыками использования искусствоведческой литературы в процессе создания научного текста. - навыками рефлексии, самооценки, самоконтроля; различными способами вербальной и невербальной коммуникации
<p>ОПК-3: способность применять полученные знания, навыки и личный творческий опыт в профессиональной, педагогической и культурно-просветительской деятельности</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - закономерности взаимодействия творческой личности и социума; - исторические типы взаимоотношений художника и общества; - специфику функционирования творческой личности; формы и способы поддержки творческих проектов <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять теоретические знания при составлении проектов и планов творческой деятельности; - ориентироваться в системе организации творческого процесса и определять пути ее совершенствования; - организовать и провести презентационные мероприятия, направленные на продвижение креативных продуктов, идей в сфере искусства; - участвовать в просветительских и межвидовых арт-проектах; выступать с рецензиями и аналитическими комментариями; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методом конкретно-исторического рассмотрения творческого процесса в связи с общенаучными, философскими и эстетическими представлениями эпохи; профессиональным понятийным аппаратом, образным мышлением, - приемами анализа проектов и программ; - представлением о комплексе средств взаимодействия профессионального деятеля искусств, общества и государственных организаций;
<p>ПК-14: способность учитывать в анализе явлений искусства политические, социальные, собственно культурные и экономические факторы</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные проблемы изобразительного искусства; - основные закономерности современного изобразительного искусства и выставочной деятельности в контексте культурно-исторического процесса; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - интерпретировать общенаучные данные и принципы применительно к проблемам изобразительного искусства; - характеризовать и оценивать социокультурный контекст новых явлений и акций, прогнозировать эффект их

	восприятия публикой; - адаптировать методы социокультурного проектирования к своей специальности; Владеть: - профессиональным понятийным аппаратом, образным мышлением, способностью к художественному восприятию мира; - приемами анализа проектов и программ; - представлением о комплексе средств взаимодействия профессионального художника, общества и государственных организаций.
--	--

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	154
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.	ОК-7 ОПК-3 ПК-14

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.	ОК-7 ОПК-3 ПК-14
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.	ОК-7 ОПК-3 ПК-14
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.	ОК-7 ОПК-3 ПК-14
5. Организационно-управленческая деятельность отдельных видов арт-рынка в современных социально-экономических условиях.	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-бизнес как часть арт-индустрии. Менеджмент гастрольной деятельности. Менеджмент кино как элемент арт-менеджмента.	ОК-7 ОПК-3 ПК-14

<p>6. Специфика термина «Особые события» и их роль в современном арт-менеджменте.</p>	<p>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.</p>	<p>ОК-7 ОПК-3 ПК-14</p>
<p>7. Маркетинг в арт-менеджменте.</p>	<p>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.</p>	<p>ОК-7 ОПК-3 ПК-14</p>
<p>8. Арт проект. Особенности явления и способы организации.</p>	<p>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.</p>	<p>ОК-7 ОПК-3 ПК-14</p>

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. 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.	ОК-7 ОПК-3 ПК-14
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 IT технологий. Если внешний имидж дает право быть увиденным и услышанным обществом, то внутренний имидж определяет, есть ли у вас, что сказать публике, обществу.	ОК-7 ОПК-3 ПК-14
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.	ОК-7 ОПК-3 ПК-14
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.	ОК-7 ОПК-3 ПК-14
13. Осязаемый и неосязаемый имидж. Особенности в мире и в	Осязаемый имидж - это то, что можно увидеть, услышать, потрогать и даже попробовать. Удачные и неудачные примеры в	ОК-7 ОПК-3 ПК-14

России.	<p>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 отношении сотрудников предприятия. Это эмоциональные связи, которые устанавливаются между клиентом и компанией.</p> <p>Удачные и неудачные примеры.</p>	
14. Некоторые аспекты конфликтологии в коллективе.	<p>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 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. Пруйтт, Дж. Симпсон и др. выявили ряд особенностей коммуникации между участниками конфликта.</p> <p>Краткий анализ концепций перечисленных авторов.</p>	ОК-7 ОПК-3 ПК-14
15. Применение инструментов арт-менеджмента в образовательной организации в сфере искусства (художественные школы, студии, ВУЗы и ССУЗы)..	<p>Принцип «образование на всю жизнь» сменяется моделью «образование в течение жизни». Традиционно реализуемая модель последовательной смены учебной деятельности на трудовую, Стратегически важными приоритетами образовательной политики становятся формирование у обучающихся следующих качеств:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) навыков междисциплинарного и трансдисциплинарного мышления; б) умения видеть в настоящем ростки будущего и на их основе разворачивать инновации, являющиеся основой развития современной экономики; в) готовности к непрерывному образованию и постоянному самосовершенствованию; г) способности создавать адекватные стратегии жизнедеятельности в условиях постоянных изменений; д) возможности создавать гибкие управляющие системы, основанные на нелинейном 	ОК-7 ОПК-3 ПК-14

	мышлении и синергетическом мировидении.	
Х семестр.		
Практическая работа над проектом		
1.Выполнение творческого проекта из сферы арт-менеджмента или управления в сфере культуры и искусства. Работа в группах под руководством преподавателя.	<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). 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. 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 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. 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>	ОК-7 ОПК-3 ПК-14

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 задачи; перспективы развития.	2	-	3	5
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,	Выполнение творческого 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. Артемьева, Татьяна Владимировна. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Татьяна Владимировна Артемьева. — Электрон. текст. изд. — Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2010. — 288 с. — (Учебники для вузов. Специальная литература) . — Режим доступа : <https://e.lanbook.com/reader/book/1929/#1>.
3. 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-
4. Воротной, Михаил Вячеславович. Менеджмент музыкального искусства : допущено УМО по направлению "Педагогическое образование" Минобрнауки РФ в качестве учебного пособия для вузов, ведущих подготовку по направлению 050100 - "Педагогическое образование" / Михаил Вячеславович Воротной. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2019. — 256 с. — (Учебники для вузов. Специальная литература) . — Режим доступа : <https://e.lanbook.com/reader/book/122198/#1>. — ISBN 978-5-8114-4557-8. — ISBN 978-5-4495-0263-6.
5. Жарков, Анатолий Дмитриевич. Теория и технология культурно - досуговой деятельности [Текст] : учебник: допущен Экспертным советом при Московском государственном университете культуры и искусств по рецензированию учебных изданий, используемых в образовательном процессе начального, общего профессионального, среднего профессионального, высшего профессионального и дополнительного профессионального образования по направлению культуры и искусства в качестве учебника для студентов высших учебных заведений по специальности "Социально-культурная деятельность" / Анатолий Дмитриевич Жарков. — Москва : МГУКИ, 2007. — 480 с. — ISBN 978-5-94778-171-7
6. 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
7. Котлер, Филип. Все билеты проданы [Электронный ресурс] : стратегии маркетинга исполнительских искусств: [учебное пособие] / Филип Котлер. — 1 файл в формате PDF. — Москва; Москва : Классика-XXI, 2004. — 688 с. — Режим доступа : http://akademia.4net.ru/action.php?kt_path_info=ktcore.SecViewPlugin.actions.document&fDocumentId=2948. — ISBN 5-89817-103-7.
 8. Оганов, Арнольд Арамович. Теория культуры [Электронный ресурс] : учебное пособие: рекомендовано кафедрой философии и культурологии ВТУ (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.
 9. Пономарева, Елена Анатольевна. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата: рекомендовано УМО ВО в качестве учебника и практикума для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям / Елена Анатольевна Пономарева. — Москва : Юрайт, 2019. — 341 с. — (Бакалавр.) . — Режим доступа : <https://www.biblio-online.ru/viewer/brend-menedzhment-433214#page/1>. — Режим доступа: для зарегистрир. читателей СГИИ имени Д. Хворостовского. — ISBN 978-5-9916-9046-1.
 10. Тульчинский, Григорий Львович. PR в сфере культуры [Электронный ресурс] : учебное пособие / Григорий Львович Тульчинский. — Электрон. текст. изд. — Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2011. — 576 с. — (Учебники для вузов. Специальная литература) . — Режим доступа : <https://e.lanbook.com/reader/book/2047/#1>. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — ISBN 978-5-91938-035-1.
 11. 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.
 12. Ульяновский, Андрей Владимирович. Реклама в сфере культуры [Электронный ресурс] : учебное пособие / Андрей Владимирович Ульяновский. — Электрон. текст. изд. — Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2012. — 520 с. : ил. — (Учебники для вузов. Специальная литература) . — Режим доступа

: <https://e.lanbook.com/reader/book/3807/#1>. — ISBN 978-5-8114-1353-9. — ISBN 978-5-91938-059-7.

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. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения аудиторных занятий и организации самостоятельной работы по дисциплине Институт располагает на праве собственности материально-техническим обеспечением образовательной деятельности: помещениями, соответствующими действующим противопожарным правилам и нормам, и оборудованием:

Для аудиторных занятий:

- Учебными аудиториями для групповых занятий, оснащенными экраном, проектором, системным блоком, монитором, наушниками.

Для самостоятельной работы студента:

- Компьютерным классом с возможностью выхода в Интернет;
- Библиотекой общей площадью 791 м², с фондом около 180000 единиц хранения печатных, электронных и аудиовизуальных документов, на 156 посадочных мест. В том числе:
 - читальные залы на 109 мест (из них 18 оборудованы компьютерами с возможностью доступа к локальным сетевым ресурсам института и библиотеки, а также выходом в интернет. Имеется бесплатный Wi-Fi)
 - зал каталогов – 7 мест;
 - фонотека 40 посадочных мест (из них: 7 оборудованы компьютерами с возможностью доступа к локальным сетевым ресурсам института и библиотеки, а также выходом в интернет. Имеется бесплатный Wi-Fi); 25 мест оборудованы аудио и видео аппаратурой). Фонд аудиовизуальных документов насчитывает более 5100 единиц хранения (CD, DVD диски, виниловые пластинки), более 13000 оцифрованных музыкальных произведений в mp3 формате для прослушивания в локальной сети института.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза.

При использовании электронных изданий Институт обеспечивает каждого

обучающегося рабочим местом в компьютерном классе с выходом в Интернет в соответствии с объемом изучаемых дисциплин. Каждому обучающемуся предоставляется доступ к сети интернет в объеме не менее 2 часов в неделю. В вузе есть в наличии необходимый комплект лицензионного программного обеспечения.

Требуемое программное обеспечение

Организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения:

- Операционная система: (Microsoft Corporation) Windows 7.0, Windows 8.0.
- Приложения, программы: Microsoft Office 13, Adobe Reader 11.0 Ru, WinRAR, АИБС Absotheque Unicode (со встроенными модулями «веб-модуль ОПАС» и «Книгообеспеченность»), программный комплекс «Либер. Электронная библиотека», модуль «Поиск одной строкой для электронного каталога AbsOPACUnicode», модуль «SecView к программному комплексу «Либер. Электронная библиотека».

Лист обновлений

22.05.2018 г. на заседании кафедры (Протокол № 3) утверждены обновления рабочей программы дисциплины в связи с реорганизацией КГХИ (приказ Министерства культуры Российской Федерации от 17.04.2017 года № 581) в разделах:

- список литературы;
- базы данных, информационно-справочные и поисковые системы;
- материально-техническое обеспечение дисциплины

А также обновлен макет рабочей программы дисциплины, ФОС и Методических рекомендаций

07.05.2019 г. на заседании кафедры социально-гуманитарных наук и истории искусства (протокол № 9) утверждены обновления рабочей программы с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы в разделах:

- список литературы;
- базы данных, информационно-справочные и поисковые системы;
- материально-техническое обеспечение дисциплины (в связи с расширением материально-технической базы СГИИ имени Дмитрия Хворостовского).

А также обновлены титульный лист программы, ФОС и Методических рекомендаций и лист согласований программы:

- в связи с объединением кафедры гуманитарных и социальных дисциплин и кафедры гуманитарных и общих дисциплин в кафедру социально-гуманитарных наук и истории искусств с 01.09.2018 (протокол Ученого совета №11 от 25.06.2018)
- в связи с выборами заведующего кафедрой социально-гуманитарных наук и истории искусств (с 04.09.2018 – исполняющий обязанности заведующего кафедрой, Приказ № 198-л/с от 04.09.2018)
- в связи с переименованием Института (Приказ Министерства культуры Российской Федерации № 1942 от 9.11. 2018).

26.06.2020 г. на заседании кафедры социально-гуманитарных наук и истории искусств (протокол №10) утверждены обновления рабочих программ дисциплин в разделах:

- Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины;
- Материально-техническое обеспечение дисциплины.

А также изменены титульный лист и лист согласований в связи с избранием С. А. Митасовой на должность заведующего кафедрой (приказ №95-л/с от 24.06.2019).