

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.



«18» мая 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ**

**Уровень основной образовательной программы:** специалитет

**Специальность** 54.05.04 Скульптура

**Специализация** Художник–скульптор

**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		
5	180	84	30	30	36	экзамен

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - специалитет по специальности 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.

**Разработчик:**

кандидат искусствоведения, доцент 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.

## 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
<b>УК-2.</b> Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	<b>Знать:</b> - методы, приемы и средства научного проектирования на всех этапах; - специальную учебно-методическую и исследовательскую литературу по вопросам организации работы над проектом, инструментарию арт-менеджмента; - основные нормы законодательства связанные с организацией специальных событий.

	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формулировать тему, цель и задачи художественных и исследовательских проектов;</li> <li>- репрезентировать результаты художественных и исследовательских проектов;</li> <li>- планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы их достижения.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-- техникой проведения предпроектных исследований в области изобразительного искусства с учетом современных технологий;</li> <li>- навыками последовательной организации процесса исследования и руководства научными и творческими проектами;</li> <li>- 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</li> </ul>
<p><b>УК-3.</b> Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способы самоорганизации и работы с коллективом, особенности и технологии организации коллективной работы;</li> <li>- закономерности взаимодействия творческой личности и социума, психологические особенности работы в коллективе;</li> <li>- способы решения конфликтов в коллективе</li> <li>- специфику функционирования творческой личности; формы и способы поддержки творческих проектов современные проблемы изобразительного искусства.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вырабатывать командную стратегию при реализации проекта;</li> <li>- характеризовать и оценивать социокультурный контекст новых явлений и акций, прогнозировать эффект их восприятия публикой;</li> <li>- адаптировать методы социокультурного проектирования к своей специальности;</li> <li>- применять теоретические знания при составлении проектов и планов творческой деятельности;</li> <li>- ориентироваться в системе организации творческого процесса и определять пути ее совершенствования;</li> <li>- организовать и провести презентационные мероприятия, направленные на продвижение креативных продуктов, идей в сфере искусства;</li> <li>- участвовать в просветительских и межвидовых арт-проектах.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- профессиональным понятийным аппаратом, образным мышлением, способностью к художественному восприятию мира;</li> <li>- приемами анализа проектов и программ;</li> <li>- представлением о комплексе средств взаимодействия профессионального деятеля искусств, общества и государственных организаций</li> </ul>

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Семестры		Всего часов
	9	10	
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>60</b>
лекционных	30	-	30
практических	-	30	30
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>42</b>	<b>42</b>	<b>84</b>
<b>Часы контроля (подготовка к экзамену)</b>	<b>-</b>	<b>36</b>	<b>36</b>
Вид промежуточной аттестации (зачёт, зачет с оценкой, экзамен)	зачет	экзамен	
<b>Общая трудоёмкость, час</b>	<b>72</b>	<b>108</b>	<b>180</b>
ЗЕ	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>5</b>

#### 5. Содержание дисциплины

##### 5.1. Содержание разделов дисциплины

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Компетенции
<b>IX семестр.</b>		
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
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
3. Профессиональные и личностные качества в сфере арт-бизнеса.	Возникновение системы управления и организации процессами в искусстве. Основные механизмы управления менеджмента арт-индустрии. Специфика	УК-2 УК-3

	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.	
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
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.	УК-2 УК-3
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
7. Маркетинг в арт-менеджменте.	Большинство руководителей учреждений культуры, арт-менеджеров, продюсеров	УК-2 УК-3

	<p>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.</p> <p>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>8. Арт проект. Особенности явления и способы организации.</p>	<p>Как рассчитать масштаб, целевую аудиторию и спрогнозировать результаты.</p> <p>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.</p> <p>В нем гибко сочетаются творческие, технические, финансовые и рыночные аспекты деятельности.</p> <p>Предварительные этапы работы над проектом. Этапы реализации и мониторинга результатов.</p>	<p>УК-2 УК-3</p>
<p>9. Вопросы имиджа. Персональный и корпоративный имидж.</p>	<p>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.</p> <p>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.</p>	<p>УК-2 УК-3</p>

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
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
12. Инструментарий формирования имиджа в организациях в сфере культуры в России.	Анализ трудов отечественных специалистов в области имиджологии и ее влияния на арт-менеджмент: в сфере культуры: В.Н. Маркин, О.С. Виханский, В.М. Шепель.	УК-2 УК-3
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
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	УК-2 УК-3



	<p>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>	
<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». 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</p>
<p><b>X семестр.</b></p> <p><b>Практическая работа над проектом</b></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.</p> <p>Форма отчета – предоставление дорожной карты проекта.</p> <p>Детализация этапов выполнения проекта.</p>	<p>УК-2 УК-3</p>

	<p>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>	
--	---	--

## 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	2	-	3	5

деятельность отдельных видов арт-рынка в современных социально-экономических условиях.				
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	42	72

### 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. 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](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" АНО ВО "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](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 учебных занятий, оснащенными экраном, проектором, системным блоком, монитором, наушниками.

### Для самостоятельной работы студента:

- Компьютерным классом с возможностью выхода в Интернет;
- Библиотекой общей площадью 791 м<sup>2</sup>, 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;
  - помещение для работы со специализированными материалами (фонотека) на 40 посадочных мест, из них 7 оборудованы компьютерами с возможностью доступа к локальным сетевым ресурсам института и библиотеки, а также выходом в интернет; 25 мест оборудованы аудио и видео аппаратурой. Имеется бесплатный Wi-Fi. Фонд аудиовизуальных документов насчитывает более 5100 единиц хранения (CD, DVD диски, виниловые пластинки).

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.

## 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 AbsOPASUnicode», модуль «SecView к программному комплексу «Либер. Электронная библиотека».

Свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественное: браузер Опера, Браузер Google Chrome, Браузер Mozilla Firefox, LMS Moodle, Big Blue Button, VLC media player, Open Office, ОС Ubuntu, ОС Debian, Adobe Acrobat Reader, OBS Studio; My test, Антиплагиат (AntiPlagiarism), Яндекс браузер, 7Zip.