

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.02.02 Арт-менеджмент

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

42.03.01.31 Рекламный маркетинг

Форма обучения

очная

Год набора

2020

Красноярск 2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

Костылев Сергей Валерьевич

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Освоение теоретико-методологических подходов и концептуальных положений теории арт-менеджмента в сфере искусства согласно основным закономерностям и принципам функционирования и развития управленческой деятельности, направленных на разработку, продвижение и реализацию художественных ценностей

1.2 Задачи изучения дисциплины

Овладеть понятийно-категориальным аппаратом, законами, принципами арт-менеджмента.

Получить знания об основных механизмах, направлениях, методах, моделях и особенностях арт-менеджмента.

Раскрыть перспективные теории и приемы арт-менеджмента, бизнес-процессов, арт-маркетинга.

Исследовать сущность, типы и специфику организационных структур управления организацией арт-сферы.

Изучить проблемы в конкретных сферах управления деятельностью коллектива учреждения культуры.

Сформировать знания о разработке стратегических концепций и проектов отрасли культуры.

Выявить основные функции управленческой деятельности на основе имеющихся знаний в условиях риск-менеджмента в учреждениях театрально-зрелищного типа.

Исследовать внутреннюю и внешнюю среду, определить интеллектуальный, организационный, технологический и кадровый потенциал учреждения культуры.

Изучить этические компетенции арт-менеджеров в организации и обосновать фундаментальную роль кодексов профессиональной этики

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования.

Научно-теоретическое и концептуальное обоснование арт-менеджмента в рамках дисциплины позволяет составить представление о его специфике в рамках формирования следующих компетенций:

1) Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1.1)

2) Способен осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции (ПК-4 .1)

3) Разрабатывать план мероприятий по продвижению (ПК-4 .7)

С целью обеспечения достижения планируемых результатов освоения образовательной программы по итогам данной дисциплины бакалавр должен:

знать: понятийно-категориальный аппарат теории арт-менеджмента,

функционально-структурное значение арт-менеджмента, состояние и перспективы современного арт-рынка, маркетинговые стратегии привлечения целевой аудитории и практики соучастия, функции и инфраструктуру арт-сферы, историю аукционных домов на мировом арт-рынке, историю зарождения и основные понятия кураторства, информационные и рекламные функции арт-рынка в галерейно-выставочном бизнесе, основные потребительские свойства арт-продукта.

уметь: применять технологии, рекламы, PR и маркетинга в области культуры и искусства, продвигать инновационные культурные практики в государственных и муниципальных учреждениях культуры и искусства, применять проектный подход в процессе реализации технологий арт-менеджмента, определять значение принципов проектной деятельности в арт-сфере, выявлять виды культурных и художественных ценностей, анализировать и устанавливать требования к арт-проекту.

владеть: навыками организации и управления художественно-творческими проектами, методами ценообразования на арт-рынке, технологиями менеджмента и маркетинга в галерейно-выставочной деятельности, техниками внедрения инновационных форм культурной деятельности (культурный кластер, креативное пространство, арт-резиденция, арт-коживинг и др.), технологиями организации и проведения ярмарок, фестивалей, биеннале, триеннале современного искусства.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ПК-4 : Способен осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции	
ПК-4 .1: Знать виды, организационную структуру, особенности современных СМИ	
ПК-4 .2: Применять методы и приемы воздействия массовой информации на общественное мнение, основные понятия медиапланирования	
ПК-4 .3: Формировать и реализовывать рекламно-информационную политику организации	

ПК-4 .4: Исследовать, анализировать и прогнозировать состояние современных масс-медиа; предупреждать информационные риски в деятельности фирмы	
ПК-4 .5: Проектировать программы продвижения в области рекламы, формировать эффективные медиапланы; готовить проектную и сопутствующую документацию (техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор)	
ПК-4 .6: Разрабатывать концепции продвижения, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии	
ПК-4 .7: Разрабатывать план мероприятий по продвижению	

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: Дисциплина реализуется на русском языке.

Дисциплина реализуется с применением ЭО и ДОТ: <https://e.sfu-kras.ru/mod/forum/discuss.php?d=153220>

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	1,89 (68)	
занятия лекционного типа	0,94 (34)	
практические занятия	0,94 (34)	
Самостоятельная работа обучающихся:	1,11 (40)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Теоретико-методологические и научно-концептуальные основы арт-менеджмента									
	1. Современные подходы к исследованию арт-менеджмента: <ul style="list-style-type: none"> • интегративный (Ф. Колбер, И. Эврар); • инновационный (Т. Н. Суминова); • коммуникативный (В. И. Грачев); • экономический (Е.И. Жданова); • функциональный (Джей Шафритц); • технологический (Е.Л. Романенко); • креативный (Е.Ф. Командышко); • рыночно-маркетинговый (Е.А. Макарова); • аксиологический (Г. Н. Новикова) 	4							

<p>2. Современные подходы к исследованию арт-менеджмента:</p> <ul style="list-style-type: none"> • интегративный (Ф. Колбер, И. Эврар); • инновационный (Т. Н. Суминова); • коммуникативный (В. И. Грачев); • экономический (Е.И. Жданова); • функциональный (Джей Шафритц); • технологический (Е.Л. Романенко); • креативный (Е.Ф. Командышко); • рыночно-маркетинговый (Е.А. Макарова); • аксиологический (Г. Н. Новикова) 			4					
<p>3. Теоретико-методологические и научно-концептуальные основы арт-менеджмента</p>							5	
<p>2. Разновидности арт-менеджмента</p>								

<p>1. Виды арт-менеджмента:</p> <ul style="list-style-type: none"> • менеджмент зрелищных и сценических искусств (менеджмент театрального искусства, менеджмент хореографического искусства, менеджмент циркового искусства, менеджмент эстрадного искусства, артистический менеджмент, гастрольный менеджмент, менеджмент театрализованных представлений и праздников); • менеджмент пластических искусств (менеджмент изобразительного искусства, менеджмент декоративно-прикладного искусства и промышленно-художественных товаров, менеджмент fashion-индустрии, менеджмент фотоискусства, музейный и галерейно-выставочный менеджмент); • менеджмент исполнительских и динамических искусств (менеджмент музыкального искусства, менеджмент литературного творчества и книгоиздательского дела); • менеджмент креативных, культурных индустрий, индустрии досуга и развлечений (художественно-фестивальный и event-менеджмент, менеджмент культурно-познавательного, художественно-музейного и арт-туризма, менеджмент арт-индустрий и арт-бизнеса); • менеджмент экранных, медийных, электронных и звуковых искусств (менеджмент киноискусства, менеджмент телевизионного искусства и художественного радиовещания, менеджмент цифрового (дигитального) искусства, менеджмент видео-арта и саунд-арта) 	4							
	9							

<p>2. Виды арт-менеджмента:</p> <ul style="list-style-type: none"> • менеджмент зрелищных и сценических искусств (менеджмент театрального искусства, менеджмент хореографического искусства, менеджмент циркового искусства, менеджмент эстрадного искусства, артистический менеджмент, гастрольный менеджмент, менеджмент театрализованных представлений и праздников); • менеджмент пластических искусств (менеджмент изобразительного искусства, менеджмент декоративно-прикладного искусства и промышленно-художественных товаров, менеджмент fashion-индустрии, менеджмент фотоискусства, музейный и галерейно-выставочный менеджмент); • менеджмент исполнительских и динамических искусств (менеджмент музыкального искусства, менеджмент литературного творчества и книгоиздательского дела); • менеджмент креативных, культурных индустрий, индустрии досуга и развлечений (художественно-фестивальный и event-менеджмент, менеджмент культурно-познавательного, художественно-музейного и арт-туризма, менеджмент арт-индустрий и арт-бизнеса); • менеджмент экранных, медийных, электронных и звуковых искусств (менеджмент киноискусства, менеджмент телевизионного искусства и художественного радиовещания, менеджмент цифрового (дигитального) искусства, менеджмент видео-арта и саунд-арта) 	10		4					
---	----	--	---	--	--	--	--	--

3. Разновидности арт-менеджмента								5	
3. Функции арт-менеджмента									
1. Общие функции арт-менеджмента: <ul style="list-style-type: none"> • целеполагание (целепостановка); • прогнозирование; • планирование; • принятие решения; • организация; • реализация; • координация; • регулирование; • мотивация; • стимулирование; • контроль Специфические функции арт-менеджмента: <ul style="list-style-type: none"> • логистическая; • консолидирующая; • социализирующая; • адаптационная; • креативная и др. 	4								

<p>2. Общие функции арт-менеджмента:</p> <ul style="list-style-type: none"> • целеполагание (целепостановка); • прогнозирование; • планирование; • принятие решения; • организация; • реализация; • координация; • регулирование; • мотивация; • стимулирование; • контроль <p>Специфические функции арт-менеджмента:</p> <ul style="list-style-type: none"> • логистическая; • консолидирующая; • социализирующая; • адаптационная; • креативная и др. 			4					
3. Функции арт-менеджмента						5		
4. Арт-менеджер как субъект управления креативно-художественным процессом								

<p>1. Функции, компетенции арт-менеджера. Специализации арт-менеджера:</p> <ul style="list-style-type: none"> • арт-дилер; • лейбл-менеджер; • арт-дистрибьютор; • антрепренер; • продюсер; • галерист; • аукционист; • комиссар биеннале; • маршан. <p>Факторы эффективности управленческой деятельности современного арт-менеджера</p>	4							
<p>2. Функции, компетенции арт-менеджера. Специализации арт-менеджера:</p> <ul style="list-style-type: none"> • арт-дилер; • лейбл-менеджер; • арт-дистрибьютор; • антрепренер; • продюсер; • галерист; • аукционист; • комиссар биеннале; • маршан. <p>Факторы эффективности управленческой деятельности современного арт-менеджера</p>			4					
<p>3. Арт-менеджер как субъект управления креативно-художественным процессом</p>							5	
<p>5. Арт-сфера как пространство создания, сохранения и распространения культурных ценностей</p>								

<p>1. Понятие, сущность, характерные признаки арт-сферы. Формирование, функционирование и развитие арт-сферы. Основные компоненты арт-сферы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • индивидуально-творческий; • институционально-инфраструктурный; • нормативно-правовой; • информационно-коммуникативный; • организационно-управленческий 	4							
<p>2. Понятие, сущность, характерные признаки арт-сферы. Формирование, функционирование и развитие арт-сферы. Основные компоненты арт-сферы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • индивидуально-творческий; • институционально-инфраструктурный; • нормативно-правовой; • информационно-коммуникативный; • организационно-управленческий 			4					
<p>3. Арт–сфера как пространство создания, сохранения и распространения культурных ценностей</p>							5	
6. Арт-рынок, арт-бизнес и арт-индустрии								

<p>1. Процесс становления и развития арт-рынка, арт-бизнеса и арт-индустрий. Структура и содержание арт-рынка</p> <ul style="list-style-type: none"> • субъекты арт-рынка: • создатели (авторы) культурных ценностей; • собственники произведений искусства; • коллекционеры; • эксперты; • оценщики; • антикварные магазины; • художественные галереи, аукционные дома. <p>Функции и проблемы арт-рынка. Специфика функционирования арт-бизнеса. Арт-индустрии как механизм реализации креативной экономики</p>	6							
<p>2. Процесс становления и развития арт-рынка, арт-бизнеса и арт-индустрий. Структура и содержание арт-рынка</p> <ul style="list-style-type: none"> • субъекты арт-рынка: • создатели (авторы) культурных ценностей; • собственники произведений искусства; • коллекционеры; • эксперты; • оценщики; • антикварные магазины; • художественные галереи, аукционные дома. <p>Функции и проблемы арт-рынка. Специфика функционирования арт-бизнеса. Арт-индустрии как механизм реализации креативной экономики</p>			6					
<p>3. Арт-рынок, арт-бизнес и арт-индустрии</p>						5		

7. Технологии арт-менеджмента в структуре социокультурного технологического комплекса								
<p>1. Типология и особенности современных технологий арт-менеджмента в арт-сфере:</p> <ul style="list-style-type: none"> • административно-распорядительные; • арт-маркетинговые технологии; • информационно-коммуникативные технологии; • технологии ATL – коммуникации; • технологии BTL – коммуникации; • бренд-креативные технологии; • фандрейзинговые технологии; • event-технологии; • publicity-технологии; • проектные технологии; • выставочные технологии; • этические технологии 	4							

<p>2. Типология и особенности современных технологий арт-менеджмента в арт-сфере:</p> <ul style="list-style-type: none"> • административно-распорядительные; • арт-маркетинговые технологии; • информационно-коммуникативные технологии; • технологии ATL – коммуникации; • технологии BTL – коммуникации; • бренд-креативные технологии; • фандрейзинговые технологии; • event-технологии; • publicity-технологии; • проектные технологии; • выставочные технологии; • этические технологии 			4					
<p>3. Технологии арт-менеджмента в структуре социокультурного технологического комплекса</p>						5		
8. Этика и аксиология арт-менеджмента								
<p>1. Ценности, нормы, правила делового и служебного этикета. Кодексы профессиональной этики. Механизмы внедрения этических норм в практику организации. Культура управленческого труда и организационная культура. Виды служебных девиаций в организациях арт-сферы: бойкот, остракизм, тирания, деспотия, манкирование, буллинг, боссинг и др. Служебные девиации: управленческие аномалии, организационные патологии и этические нарушения</p>	4							

2. Ценности, нормы, правила делового и служебного этикета. Кодексы профессиональной этики. Механизмы внедрения этических норм в практику организации. Культура управленческого труда и организационная культура. Виды служебных девиаций в организациях арт-сферы: бойкот, остракизм, тирания, деспотия, манкирование, буллинг, боссинг и др. Служебные девиации: управленческие аномалии, организационные патологии и этические нарушения			4					
3. Этика и аксиология арт-менеджмента							5	
Всего	34		34				40	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Батра Р., Майерс Д. Д., Аакер Д. А., Заблоцкий Я. В. Рекламный менеджмент: [перевод с английского](Москва: Издательский дом "Вильямс").
2. Морозова О. Ф., Ноздренко Е. А., Жуковская Л. Н., Костылев С. В., Лузан В. С. Арт-менеджмент: учебное пособие(Красноярск: СФУ).
3. Костылев С.В., Морозова О.Ф. Арт-менеджмент: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...42.03.01.01 Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере, 51.03.03.01 Менеджмент социально-культурной деятельности](Красноярск: СФУ).
4. Андреева А. В., Лузан В. С., Морозова О. Ф., Ноздренко Е. А., Пантелеева И. А., Ноздренко Е. А. Интеллектуальный досуг как фактор устойчивого развития урбанизированной территории (на материале Красноярского края): монография(Красноярск: СФУ).
5. Гулиев Н. А., Смагулов Б. К. Стандартизация и сертификация социально-культурных и туристских услуг: учеб. пособие для вузов(М.: Флинта).
6. Звонников В. И., Черницов А. Е., Двоглазов В. В., Резник С. Д. Менеджмент: учебная и производственная практики бакалавра: Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Перечень необходимого программного обеспечения
2. Windows 7
3. Winrar или Winzip
4. Ms.Office 7
5. Adobe Photoshop CS3
6. Corel Draw 4
7. Statistica 10
8. Adobe Flash 3

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Перечень необходимых информационных справочных систем
2. Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам:
3. • GallupMedia в России - Режим доступа: <http://www.gallup.ru>.
4. • ВЦИОМ - Режим доступа: <http://wciom.ru>
5. • Исследовательское агентство «Комкон-2» - Режим доступа: <http://www.http.com/www.comcon2.com>

6. • □ Левада-Центр - Режим доступа: <http://www.levada.ru>
7. • □ Сайт известного в России мониторингового агентства - Режим доступа: <http://www.monitoring.ru>
8. • □ Эффективная и функциональная бесплатная система сбора статистических данных для владельцев сайтов по более чем 600 параметрам - Режим доступа: <http://www.spylog.ru>

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

СФУ располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов работы обучающихся, предусмотренных рабочей программой дисциплины, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам. Минимально необходимый для реализации курса перечень материально-технического обеспечения включает в себя: аудиторию, оборудованную мультимедийным оборудованием. При обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями обеспечены возможности равного доступа к материально-технической базе университета.

В распоряжении обучающихся имеются учебные аудитории, оборудованные стационарными мультимедийным оборудованием, электронными досками; компьютерный класс на 20 мест, объединенных в локальную сеть, подключенный к Internet. Обучающиеся имеют возможность оперативно обмениваться информацией с отечественными и зарубежными вузами, а также, используя электронную систему электронных образовательных ресурсов СФУ на базе Moodle, обучаться в удаленном режиме.

При обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями обеспечены возможности равного доступа к материально-технической базе университета. В распоряжении обучающихся имеются учебные аудитории, оборудованные стационарными мультимедийным оборудованием, электронными досками; компьютерный класс на 20 мест, объединенных в локальную сеть, подключенный к Internet. Обучающиеся имеют возможность оперативно обмениваться информацией с отечественными и зарубежными вузами, а также, используя электронную систему электронных образовательных ресурсов СФУ на базе Moodle, обучаться в удаленном режиме. При обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями обеспечены возможности равного доступа к материально-технической базе университета.