

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

Б1.В.06 Арт-менеджмент

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

51.03.03 Социально-культурная деятельность

Направленность (профиль)

51.03.03.31 Менеджмент социально-культурной деятельности

Форма обучения

очная

Год набора

2021

Красноярск 2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

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

| Код и наименование индикатора достижения компетенции | Запланированные результаты обучения по дисциплине |
|---|---|
| ПК-1: Способен к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально культурной деятельности | |
| ПК-1.1: Знать: общую теорию и технологии менеджмента и маркетинга в социально-культурной сфере; нормативно-правовую документацию, регламентирующую деятельность учреждений культуры; особенности организации планирования, учета и отчетности в | |

| | |
|---|--|
| <p>учреждениях культуры, технологию проведения маркетинговых исследований, их виды и требования к организации; основы работы с персоналом учреждений культуры</p> | |
| <p>ПК-1.2: Уметь: осуществлять организацию деятельности учреждения культуры в целом и его подразделений на основе базовых технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально культурной деятельности; принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций в деятельности учреждения культуры; применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности; проводить маркетинговые исследования и использовать маркетинговые коммуникации для продвижения продуктов и услуг учреждений культуры</p> | |
| <p>ПК-1.3: Владеть: современными методами менеджмента профессиональной деятельности в социально-культурной сфере; технологиями поиска нормативно правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность в сфере культуры; навыками применения на практике технологий менеджмента и маркетинга применительно к решению задач творческо-производственной деятельности учреждений культуры</p> | |

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: <https://e.sfu-kras.ru/mod/forum/discuss.php?d=153220>.

2. Объем дисциплины (модуля)

| Вид учебной работы | Всего, зачетных единиц (акад.час) | Сем естр | |
|---|--|-------------|---|
| | | 1 | 2 |
| Контактная работа с преподавателем: | 3,78 (136) | | |
| занятия лекционного типа | 1,89 (68) | | |
| практические занятия | 1,89 (68) | | |
| Самостоятельная работа обучающихся: | 3,22 (116) | | |
| курсовое проектирование (КП) | Нет | | |
| курсовая работа (КР) | Нет | | |
| Промежуточная аттестация (Зачёт) (Экзамен) | 1 (36) | | |

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) | 10 | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|---|--|--|----|--|--|--|--|--|
| <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) | | | 10 | | | | | |
| 2. Разновидности арт-менеджмента | | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|--|--|
| <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) | 8 | | | | | | | |
| | 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 | | | 8 | | | | |
|---|----|--|--|---|--|--|--|--|

| 3. Функции арт-менеджмента | | | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|--|--|
| <p>1. 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. | 8 | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|---|--|--|---|--|--|--|--|--|
| <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. | | | 8 | | | | | |
| <p>4. Арт-менеджер как субъект управления креативно-художественным процессом</p> | | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|--|---|--|---|--|--|--|--|--|
| <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> | 8 | | | | | | | |
| <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> | | | 8 | | | | | |
| <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 | 10 | | | | | | | |
| <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 | | | 10 | | | | | |
| <p>6. Арт-рынок, арт-бизнес и арт-индустрии</p> | | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|--|---|--|---|--|--|--|--|--|
| <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> | 8 | | | | | | | |
| <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> | | | 8 | | | | | |
| <p>7. Технологии арт-менеджмента в структуре социокультурного технологического комплекса</p> | | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|--|--|--|
| <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 | 8 | | | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|--|--|--|

| | | | | | | | | |
|--|---|--|---|--|--|--|--|--|
| <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 | | | 8 | | | | | |
| 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> | 8 | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|--|----|--|----|--|--|--|-----|--|
| 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 | | | 8 | | | | | |
| 3. Работа с лекционным материалом | | | | | | | 20 | |
| 4. Углубленный анализ материала. Подготовка к зачету | | | | | | | 20 | |
| 5. Работа с лекционным материалом | | | | | | | 30 | |
| 6. Углубленный анализ материала. Подготовка к экзамену | | | | | | | 46 | |
| Всего | 68 | | 68 | | | | 116 | |

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. Windows 7
2. Winrar или Winzip
3. Ms.Office 7
4. Adobe Photoshop CS3
5. Corel Draw 4
6. Statistica 10
7. Adobe Flash 3

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

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

6. • □ Сайт известного в России мониторингового агентства - Режим доступа: <http://www.monitoring.ru>
7. • □ 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.