

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

2020

## **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 |
|---|---|
| <b>ПК-1: Способен к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально культурной деятельности</b>  |   |
| 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,<br>зачетных<br>единиц<br>(акад.час) | Сем<br>естр |   |
|---|--|-------------|---|
|   |  | 1           | 2 |
| <b>Контактная работа с преподавателем:</b>        | <b>3,78 (136)</b>                          |             |   |
| занятия лекционного типа                          | 1,89 (68)                                  |             |   |
| практические занятия                              | 1,89 (68)                                  |             |   |
| <b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>        | <b>3,22 (116)</b>                          |             |   |
| курсовое проектирование (КП)                      | Нет  |             |   |
| курсовая работа (КР)                              | Нет  |             |   |
| <b>Промежуточная аттестация (Зачёт) (Экзамен)</b> | <b>1 (36)</b>                              |             |   |

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

|   |  | Контактная работа, ак. час.    |                          |   |                          |  |                          |                                     |                          |
|---|--|--------------------------------|--------------------------|---|--------------------------|--|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| №<br>п/п  | Модули, темы (разделы) дисциплины  | Занятия<br>лекционного<br>типа |                          | Занятия семинарского типа                 |                          |  |                          | Самостоятельная<br>работа, ак. час. |                          |
|   |  |                                |                          | Семинары и/или<br>Практические<br>занятия |                          | Лабораторные<br>работы и/или<br>Практикумы |                          |                                     |                          |
|   |  | Всего                          | В том<br>числе в<br>ЭИОС | Всего                                     | В том<br>числе в<br>ЭИОС | Всего                                      | В том<br>числе в<br>ЭИОС | Всего                               | В том<br>числе в<br>ЭИОС |
| <b>1. Теоретико-методологические и научно-концептуальные основы арт-менеджмента</b> |  |                                |                          |   |                          |  |                          |                                     |                          |
|   | 1. Современные подходы к исследованию арт-менеджмента: <ul style="list-style-type: none"> <li>• интегративный (Ф. Колбер, И. Эврар);</li> <li>• инновационный (Т. Н. Суминова);</li> <li>• коммуникативный (В. И. Грачев);</li> <li>• экономический (Е.И. Жданова);</li> <li>• функциональный (Джей Шафритц);</li> <li>• технологический (Е.Л. Романенко);</li> <li>• креативный (Е.Ф. Командышко);</li> <li>• рыночно-маркетинговый (Е.А. Макарова);</li> <li>• аксиологический (Г. Н. Новикова)</li> </ul> | 10                             |                          |   |                          |  |                          |                                     |                          |

|   |  |  |    |  |  |  |  |  |
|---|--|--|----|--|--|--|--|--|
| <p>2. Современные подходы к исследованию арт-менеджмента:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• интегративный (Ф. Колбер, И. Эврар);</li> <li>• инновационный (Т. Н. Суминова);</li> <li>• коммуникативный (В. И. Грачев);</li> <li>• экономический (Е.И. Жданова);</li> <li>• функциональный (Джей Шафритц);</li> <li>• технологический (Е.Л. Романенко);</li> <li>• креативный (Е.Ф. Командышко);</li> <li>• рыночно-маркетинговый (Е.А. Макарова);</li> <li>• аксиологический (Г. Н. Новикова)</li> </ul> |  |  | 10 |  |  |  |  |  |
| <b>2. Разновидности арт-менеджмента</b>   |  |  |    |  |  |  |  |  |



|   |   |  |  |  |  |  |  |  |
|---|---|--|--|--|--|--|--|--|
| <p>1. Виды арт-менеджмента:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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);</li> <li>• менеджмент пластических искусств (менеджмент изобразительного искусства, менеджмент декоративно-прикладного искусства и промышленно-художественных товаров, менеджмент fashion-индустрии, менеджмент фотоискусства, музейный и галерейно-выставочный менеджмент);</li> <li>• менеджмент исполнительских и динамических искусств (менеджмент музыкального искусства, менеджмент литературного творчества и книгоиздательского дела);</li> <li>• 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);</li> <li>• 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)</li> </ul> | 8 |  |  |  |  |  |  |  |
|   | 9 |  |  |  |  |  |  |  |

|   |    |  |  |   |  |  |  |  |
|---|----|--|--|---|--|--|--|--|
| <p>2. Виды арт-менеджмента:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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);</li> <li>• менеджмент пластических искусств (менеджмент изобразительного искусства, менеджмент декоративно-прикладного искусства и промышленно-художественных товаров, менеджмент fashion-индустрии, менеджмент фотоискусства, музейный и галерейно-выставочный менеджмент);</li> <li>• менеджмент исполнительских и динамических искусств (менеджмент музыкального искусства, менеджмент литературного творчества и книгоиздательского дела);</li> <li>• 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);</li> <li>• 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)</li> </ul> | 10 |  |  | 8 |  |  |  |  |
|---|----|--|--|---|--|--|--|--|

| 3. Функции арт-менеджмента  |   |  |  |  |  |  |  |  |
|---|---|--|--|--|--|--|--|--|
| <p>1. Общие функции арт-менеджмента:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• целеполагание (целепостановка);</li> <li>• прогнозирование;</li> <li>• планирование;</li> <li>• принятие решения;</li> <li>• организация;</li> <li>• реализация;</li> <li>• координация;</li> <li>• регулирование;</li> <li>• мотивация;</li> <li>• стимулирование;</li> <li>• контроль</li> </ul> <p>Специфические функции арт-менеджмента:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• логистическая;</li> <li>• консолидирующая;</li> <li>• социализирующая;</li> <li>• адаптационная;</li> <li>• креативная и др.</li> </ul> | 8 |  |  |  |  |  |  |  |

|   |  |  |   |  |  |  |  |  |
|---|--|--|---|--|--|--|--|--|
| <p>2. Общие функции арт-менеджмента:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• целеполагание (целепостановка);</li> <li>• прогнозирование;</li> <li>• планирование;</li> <li>• принятие решения;</li> <li>• организация;</li> <li>• реализация;</li> <li>• координация;</li> <li>• регулирование;</li> <li>• мотивация;</li> <li>• стимулирование;</li> <li>• контроль</li> </ul> <p>Специфические функции арт-менеджмента:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• логистическая;</li> <li>• консолидирующая;</li> <li>• социализирующая;</li> <li>• адаптационная;</li> <li>• креативная и др.</li> </ul> |  |  | 8 |  |  |  |  |  |
| <p><b>4. Арт-менеджер как субъект управления креативно-художественным процессом</b></p>   |  |  |   |  |  |  |  |  |

|  |   |  |   |  |  |  |  |  |
|--|---|--|---|--|--|--|--|--|
| <p>1. Функции, компетенции арт-менеджера.<br/>         Специализации арт-менеджера:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• арт-дилер;</li> <li>• лейбл-менеджер;</li> <li>• арт-дистрибьютор;</li> <li>• антрепренер;</li> <li>• продюсер;</li> <li>• галерист;</li> <li>• аукционист;</li> <li>• комиссар биеннале;</li> <li>• маршан.</li> </ul> <p>Факторы эффективности управленческой деятельности современного арт-менеджера</p> | 8 |  |   |  |  |  |  |  |
| <p>2. Функции, компетенции арт-менеджера.<br/>         Специализации арт-менеджера:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• арт-дилер;</li> <li>• лейбл-менеджер;</li> <li>• арт-дистрибьютор;</li> <li>• антрепренер;</li> <li>• продюсер;</li> <li>• галерист;</li> <li>• аукционист;</li> <li>• комиссар биеннале;</li> <li>• маршан.</li> </ul> <p>Факторы эффективности управленческой деятельности современного арт-менеджера</p> |   |  | 8 |  |  |  |  |  |
| <p><b>5. Арт–сфера как пространство создания, сохранения и распространения культурных ценностей</b></p>  |   |  |   |  |  |  |  |  |

|  |    |  |    |  |  |  |  |  |
|--|----|--|----|--|--|--|--|--|
| <p>1. Понятие, сущность, характерные признаки арт-сферы. Формирование, функционирование и развитие арт-сферы.<br/>         Основные компоненты арт-сферы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• индивидуально-творческий;</li> <li>• институционально-инфраструктурный;</li> <li>• нормативно-правовой;</li> <li>• информационно-коммуникативный;</li> <li>• организационно-управленческий</li> </ul> | 10 |  |    |  |  |  |  |  |
| <p>2. Понятие, сущность, характерные признаки арт-сферы. Формирование, функционирование и развитие арт-сферы.<br/>         Основные компоненты арт-сферы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• индивидуально-творческий;</li> <li>• институционально-инфраструктурный;</li> <li>• нормативно-правовой;</li> <li>• информационно-коммуникативный;</li> <li>• организационно-управленческий</li> </ul> |    |  | 10 |  |  |  |  |  |
| <b>6. Арт-рынок, арт-бизнес и арт-индустрии</b>  |    |  |    |  |  |  |  |  |

|  |   |  |   |  |  |  |  |  |
|--|---|--|---|--|--|--|--|--|
| <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"> <li>• субъекты арт-рынка:</li> <li>• создатели (авторы) культурных ценностей;</li> <li>• собственники произведений искусства;</li> <li>• коллекционеры;</li> <li>• эксперты;</li> <li>• оценщики;</li> <li>• антикварные магазины;</li> <li>• художественные галереи, аукционные дома.</li> </ul> <p>Функции и проблемы арт-рынка.<br/>         Специфика функционирования арт-бизнеса.<br/>         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"> <li>• субъекты арт-рынка:</li> <li>• создатели (авторы) культурных ценностей;</li> <li>• собственники произведений искусства;</li> <li>• коллекционеры;</li> <li>• эксперты;</li> <li>• оценщики;</li> <li>• антикварные магазины;</li> <li>• художественные галереи, аукционные дома.</li> </ul> <p>Функции и проблемы арт-рынка.<br/>         Специфика функционирования арт-бизнеса.<br/>         Арт-индустрии как механизм реализации креативной экономики</p> |   |  | 8 |  |  |  |  |  |
| <p><b>7. Технологии арт-менеджмента в структуре социокультурного технологического комплекса</b></p>  |   |  |   |  |  |  |  |  |

|  |   |  |  |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|--|--|
| <p>1. Типология и особенности современных технологий арт-менеджмента в арт-сфере:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• административно-распорядительные;</li> <li>• арт-маркетинговые технологии;</li> <li>• информационно-коммуникативные технологии;</li> <li>• технологии ATL – коммуникации;</li> <li>• технологии BTL – коммуникации;</li> <li>• бренд-креативные технологии;</li> <li>• фандрейзинговые технологии;</li> <li>• event-технологии;</li> <li>• publicity-технологии;</li> <li>• проектные технологии;</li> <li>• выставочные технологии;</li> <li>• этические технологии</li> </ul> | 8 |  |  |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|--|--|



|  |   |  |   |  |  |  |  |  |
|--|---|--|---|--|--|--|--|--|
| <p>2. Типология и особенности современных технологий арт-менеджмента в арт-сфере:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• административно-распорядительные;</li> <li>• арт-маркетинговые технологии;</li> <li>• информационно-коммуникативные технологии;</li> <li>• технологии ATL – коммуникации;</li> <li>• технологии BTL – коммуникации;</li> <li>• бренд-креативные технологии;</li> <li>• фандрейзинговые технологии;</li> <li>• event-технологии;</li> <li>• publicity-технологии;</li> <li>• проектные технологии;</li> <li>• выставочные технологии;</li> <li>• этические технологии</li> </ul> |   |  | 8 |  |  |  |  |  |
| <b>8. Этика и аксиология арт-менеджмента</b>   |   |  |   |  |  |  |  |  |
| <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.