

Учреждение образования  
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

**УТВЕРЖДАЮ**

Первый проректор  
УО «Белорусский государственный  
университет культуры и искусств»  
\_\_\_\_\_ В.М.Михеев

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2013 г.

Регистрационный № УД- \_\_\_\_\_ /р.

**АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА**  
*Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине для специальности второй ступени  
высшего образования 1-20 81 01 Арт-менеджмент*

Факультет культурологии  
и социокультурной деятельности

Кафедра менеджмента  
социокультурной деятельности

Семестры – 1 / 1-2

Лекции – 30 / 10

Семинарские занятия – 50 / 18

Лабораторные занятия – 6 / 2

Аудиторных часов  
по учебной дисциплине – 86 / 30

Всего часов  
по учебной дисциплине – 208

Экзамен – 1 семестр / 2 семестр

Форма получения  
высшего образования –  
очная (дневная) /заочная

Составители: *А.И.Степанцов*, заведующий кафедрой менеджмента  
социокультурной деятельности, кандидат культурологии, доцент;  
*Е.А.Макарова*, профессор кафедры менеджмента социокультурной  
деятельности, кандидат педагогических наук, доцент.

2013 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования второй ступени (магистратура) по специальности 21-20 81 01 Арт-менеджмент, утвержденного и введенного в действие постановлением Министерства образования от 30.08.2013 г. №88.

Рецензенты:

*А.И. Смагин*, профессор кафедры культурологии частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М.Широкова», доктор искусствоведения, профессор;

*Н.Н. Королев*, декан факультета культурологии и социокультурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук, доцент.

Рассмотрена и рекомендована к утверждению кафедрой менеджмента социокультурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол №10 от 08.05.2013 г.).

Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ А.И.Степанц

ов

Одобрена и рекомендована к утверждению Президиумом научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол №5 от 20.06.2013 г.).

Председатель  
\_\_\_\_\_ В.М.Михеев

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

«Арт-менеджмент: теория и практика» – учебная дисциплина, которая включает широкое поле деятельности и направлена на создание современного многообразного художественно-творческого продукта. Это разнообразные шоу-программы, концерты, спектакли, фестивали, конкурсы, клубные вечера, показ мод, выставки художественных произведений, производство кино-аудио- и видеопродукции. Арт-менеджмент оказывает непосредственное влияние на формирование общественного мнения, оценочные суждения и вкусы публики, вовлекая ее в освоение и в соиздание культурных ценностей. Арт-менеджмент решает задачи познавательного, практически-преобразующего, рекреационного характера, интегрирует в себе управленческие технологии, основанные на двух сторонах деятельности: эстетической и организационной.

Место учебной дисциплины, межпредметные связи дисциплины определяются интеграцией изучения базовых основ арт-менеджмента с учебными дисциплинами «Правовые и экономические условия деятельности в сфере культуры», «Проектный арт-менеджмент», «Фандрайзинг».

*Цель дисциплины* – освоение принципов, функций и методов арт-менеджмента, системы управленческих механизмов: организационно-административного, экономического, информационного, работы с персоналом для практического применения в сфере искусств и досуга.

*Задачи дисциплины:*

- создание комплексного представления об арт-менеджменте и его механизмах;
- формирование умений принятия управленческих решений с учетом видового разнообразия сферы искусства и состояния внутренней и внешней среды некоммерческой организации;

В результате изучения дисциплины магистрант должен *знать*:

- принципы, функции и методы арт-менеджмента;
- технологию создания арт-проектов от идеи к реализации;
- основы создания сценариев, подготовки и режиссуры арт-мероприятий;
- особенности деловых отношений, делового протокола в сфере искусства;
- основы рекламы и ее специфику в арт-индустрии;
- основы организации системы партнерства, спонсорства;
- основы международных культурных отношений;
- общую систему рыночных институтов менеджмента и своеобразие проявлений в сфере искусств;
- общий механизм принятия управленческого решения и своеобразие проявлений в организациях культуры;

- современные тенденции арт-менеджмента за рубежом;
- уметь:*
- создавать сценарии арт-проектов, крупных мероприятий, массовых праздников, корпоративных мероприятий;
  - разрабатывать технологические этапы создания творческой программы, музыкальной продукции: клипа, аудио- и видеодисков с учетом специфики маркетинговой деятельности арт-сферы;
  - выявлять лидерство и развивать собственные управленческие умения;
  - проводить исследования на основе профессиональных знаний и использования профессиональных технологий, письменно обрабатывать данные исследований и оформлять результаты в виде научных публикаций;
  - вести переговоры, работать со СМИ (телевидение, радио);
  - разрабатывать спонсорский пакет, создавать деловые документы (письма, соглашения, акты, предложения и др.);
  - разрабатывать и реализовывать управленческие решения, связанные с общими функциями процесса управления (планированием, организацией, активизацией и контролем), учетом особенностей художественных коллективов;

*владеть:*

- навыками самостоятельного планирования и ведения научно-исследовательской деятельности, готовностью генерировать и использовать новые идеи, обеспечивать личностное и профессиональное саморазвитие;
- социальной ответственностью в решении социально-профессиональных, организационно-управленческих, воспитательных задач;
- навыками управленческо-коммуникационного вовлечения разных групп населения и отдельных индивидов в процесс создания, освоения, сохранения и распространения ценностей культуры; организационно-управленческого обеспечения функционирования учреждений, организаций и объединений культуры и искусств.

Методологической особенностью дисциплины «Арт-менеджмент» является использование трудов современных культурологов, социологов, педагогов, психологов, посвященных исследованиям сферы культуры и искусства. Используются описательная (дескриптивная) и нормативная (прескриптивная) функции методологии.

В соответствии с учебным планом на изучение дисциплины «Арт-менеджмент: теория и практика» всего предусмотрено 208 часов, из них 86 часов – аудиторные занятия, в том числе лекционные – 30 часов, семинарские – 50 часов, лабораторные – 6 часов.

Форма итогового контроля знаний магистрантов – экзамен.

# СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

## РАЗДЕЛ 1. Концептуально-теоретические основы арт-менеджмента

### Тема 1. Закономерности и принципы менеджмента в сфере культуры

Изменение содержания менеджмента в историческом контексте. Менеджмент в сфере культуры как способ деятельности и особая область знаний, охватывающая проблемы организации управления человеческими отношениями в процессе производства, распространения и потребления культурных благ и услуг в условиях рыночной экономики.

Осуществление деятельности учреждений культуры в едином пространстве деловых и экономических отношений. Действие общих законов и норм, регулирующих финансовые, материальные потоки, производственные, товарно-денежные и деловые отношения. Общая система рыночных институтов менеджмента, своеобразие их проявления в сфере культуры.

Арт-менеджмент как самостоятельная сфера профессиональной деятельности в структуре социокультурного менеджмента. Уровни осуществления управленческой деятельности в организациях арт-индустрии. Специфика технологий арт-менеджмента. Интеграция художественно-эстетической и организационно-экономической деятельности.

Франсуа Колбер как основатель «школы арт-менеджмента». Основные научные школы арт-менеджмента.

### Тема 2. Массовая культура как феномен постиндустриального общества

Теоретическое осмысление феномена массовой культуры. Массовая культура как современное проявление «консьюмерной» культуры. Сложность и противоречивость массовой культуры, ее способность к трансформациям под влиянием социальных, технических, эстетических факторов. Атрибутивная характеристика: высокая степень адаптивности, производство пассивного и нетворческого типа сознания, ориентация на вкусы и потребности "среднего человека", использование средств массовой коммуникации как главного канала распространения и потребления ценностей массовой культуры. Субъекты массовой культуры. "Массовый человек". Рекламная массовая культура и телевизионный шоу-бизнес.

Арт-менеджмент в пространстве массовой культуры.

### Тема 3. Арт-менеджмент в сфере арт-индустрии

Становление арт-индустрии в сфере культуры и искусства. Мировая арт-индустрия как система. Элементы, взаимосвязи, функции, закономерности.

Основные формы организации мирового искусства. Национальные и общечеловеческие составляющие. Прогрессивные и регрессивные тенденции. Роль мировой арт-индустрии в культурной жизни общества. Общая характеристика структуры арт-индустрии.

Основные сферы применения арт-менеджмента: арт-индустрия, шоу-бизнес, концертно-гастрольная сфера, галерейный бизнес, индустрия средств массовой информации, сфера социально-культурной деятельности, народного творчества, индустрия досуга. Профессиональное назначение арт-менеджера.

Общая характеристика системы подготовки специалистов – управленцев для отрасли искусства и культуры. Образовательные программы подготовки арт-менеджеров в системе гуманитарного образования.

#### **Тема 4. Арт-менеджмент как функционально-ролевой вид деятельности**

Многоаспектный характер деятельности арт-менеджера, связанный с процессами отбора, хранения, производства и распространения культурных ценностей. Структура компетентностной модели арт-менеджера. Творческое начало личности арт-менеджера. Арт-менеджер как лидер. Основные группы знаний и умений, которые и определяют требования профессиональной деятельности арт-менеджера.

Основные функции арт-менеджера: художественно-творческая функция; проектно-технологическая функция; организационно-управленческая функция; маркетинговая функция, включающая PR и рекламу; коммерческая и финансово-экономическая функция; юридически-правовая функция.

Принципы построения работы арт-менеджера: состязательность и конкурентная борьба; ориентация на спрос аудитории; свободное предпринимательство; материальная заинтересованность в профессиональной деятельности; личная ответственность за результаты совместной творческой деятельности.

Этический кодекс арт-менеджера. Этика и закон как базисная основа деловых отношений.

#### **Тема 5. Арт-менеджмент в структуре социокультурного менеджмента**

Основные составляющие управления в сфере культуры и искусства. Специфика технологий арт-менеджмента. Интеграция художественно-эстетической и организационно-экономической деятельности.

Закономерности арт-менеджмента: развитие теории и практики менеджмента в соответствии с трансформацией форм и методов организации деятельности в сфере культуры и искусства; определяющее влияние состояния внешней среды в выборе и формировании технологий арт-менеджмента и системы управления организацией культуры и искусства; действенность проектного менеджмента, основанного на

совмещении функционального управления и управления по бизнесу; влияние ресурса управленческих структур, в особенности кадрового ресурса; планомерность управления культурными процессами и организационными структурами; соответствие организационно-управленческой модели управления реально осуществимым видам и формам социокультурной деятельности; оптимальность использования в процессах управления художественно-творческой деятельностью функций контроля, учета и анализа.

#### **Тема 6. Психологические особенности восприятия артпродукта**

Восприятие как психический познавательный процесс отражения в сознании человека предметов или явлений в совокупности их свойств. Основные механизмы восприятия произведений искусства: художественно-смысловой – «раскодирование» художественно-образного языка; эмоционально-эмпатического «вчувствование»; ощущение художественной формы. Интерпретация и раскрытие смысла художественных произведений разных жанров. Воздействие произведений искусства на человека. Художественная установка как система ожиданий в преддверии восприятия произведения искусства. Типологии потребителя культурного продукта (слушателя, зрителя, читателя). Закономерности массового восприятия.

#### **Тема 7. Педагогические аспекты включения личности в создание и потребление арт-продукта и услуг**

Развитие креативности личности в социокультурной сфере, формирование творческих целеориентаций социально-культурной деятельности. Субъект-объектные отношения в социокультурном процессе. Педагогика сотрудничества. Социально-культурные потребности и интересы личности как основа функционирования разных видов социально-культурной деятельности. Роль личностных особенностей в развитии креативности. Воспитание художественного вкуса, способности оценивать эстетический уровень арт-продукта и услуг. Направленность педагогических технологий на межличностное общение в ситуациях больших и малых досуговых групп, на обеспечение превращения культурных ценностей в регулятив социального взаимодействия.

### **Раздел 2. Организационно-управленческие и технологические аспекты арт-менеджмента**

#### **Тема 8. Коучинг как механизм арт-менеджмента**

Коучинг как система мобилизации внутренних ресурсов человека, как возможность широкого видения ситуации, выхода за пределы стандартных схем мышления. Индивидуальный и командный коучинг. Особенности коучинг-взаимодействия. Макро и микромоделли коучинга. Невербальные и вербальные приемы управления аудиторией. Групповая

динамика, этапы. Коуч как специалист, оказывающий квалифицированную помощь клиенту в развитии его бизнеса, в достижении жизненных целей. Подходы в коуч-маркетинге. Стресс-менеджмент в коучинге. Аффирмации, визуализация, методы релаксации. Стратегическое планирование своей профессиональной деятельности.

## **Тема 9. Социально-культурная анимация как технология арт-менеджмента**

Социально-культурная анимация как направление социально-культурной деятельности по реализации программ творческой реабилитации, активного отдыха, социально-психологической консолидации общественных групп на основе ценностей культуры. Задачи арт-менеджмента – создание условий для раскрытия личности или группы; установление межличностных отношений; содействие творчеству в решении проблем окружающего мира. Применение анимационных технологий в современных учреждениях культуры и проектах.

## **Тема 10. Маркетинговый механизм арт-менеджмента**

Особенности маркетинга в сфере культуры, Маркетинговая среда: внутренняя и внешняя. Маркетинговый комплекс. Маркетинговые исследования. Методы маркетинговых исследований. Методика маркетинговых исследований в разных областях культуры. Измерение удовлетворенности потребителей услугами культуры методом важностно-исполнительного анализа. Маркетинг и искусство.

Коммерческая сфера искусства и маркетинг. Арт-маркетинг. Социальный маркетинг. Маркетинг некоммерческих организаций сферы искусства. Условия эффективного использования маркетинга в сфере искусства. Эффект и эффективность. Виды эффективности. Уровни анализа эффективности в сфере искусства. Методы анализа эффективности. Стратегии маркетинга в сфере арт-индустрии.

## **Тема 11. Арт-менеджмент в шоу-бизнесе**

Шоу-бизнес как явление XX столетия. Особенности становления шоу-бизнеса в разных регионах мира. Музыкальная индустрия в структуре шоу-бизнеса. Тенденции развития музыкальной индустрии как части шоу-бизнеса в XXI столетии. Влияние научно-технического прогресса на развитие музыкальной индустрии. Основные потоки культурно-творческой деятельности в современной музыкальной культуре и задачи арт-менеджмента. Характеристика музыкальных стилей и направлений. Социодинамика музыкальных интересов и потребностей аудитории.



Воздействие музыкальной индустрии на развитие других сфер жизнедеятельности общества. Рыночная инфраструктура современной музыкальной индустрии. Глобальные сети и интеллектуальные технологии в сфере музыкальной индустрии. Компьютерные технологии и музыка. Интернет и музыкальные коммуникации.

Связь «шоу-бизнеса» с индустрией развлечений, направленность на организацию и проведение зрелищных представлений с целью получения коммерческой выгоды. Соотношение зрелищной развлекательности (демократичности, большей доступности) и художественно-смысловой содержательности (элитарности, специализированности). Связь современной шоу-индустрии с молодежной культурой. Высокая степень персонализации в шоу-бизнесе: роли продюсера, импресарио, менеджера, промоутера, других участников-организаторов развлекательных проектов. Функциональные обязанности работников и рабочих групп.

## **Тема 12. Основы предпринимательской деятельности в сфере музыкальной индустрии**

Понятие и сущность продюсерства как вида предпринимательской деятельности. Соотношения понятий "предпринимательство" – "менеджмент" – "арт-менеджмент" – "продюсирование". Предприниматель–менеджер – арт-менеджер – продюсер. Жизненный цикл музыкального товара. Инновационный компонент в деятельности продюсера как проявление предпринимательской инициативы. Арт-менеджмент как теоретическая основа практической деятельности продюсера. Продюсер как арт-менеджер в сфере музыкальной индустрии.

Оптимальная модель продюсерской деятельности. Основные функции продюсера. Компоненты организации продюсерской деятельности: создание специальной структуры, которая может автономно заниматься продюсерской деятельностью и координировать деятельность в других подразделениях; удовлетворение потребностей определенных групп аудитории; предложение новых услуг и программ, удовлетворяющих растущие потребности зрительской аудитории; обеспечение оптимальной ценовой политики производимых программ и услуг в сфере шоу-бизнеса; осуществление жесткого внутреннего учета и контроля, результатом которого являются разнообразные усовершенствования в предоставлении творческих программ и услуг населению.

Личностные качества и способности продюсера. Опыт профессиональной подготовки арт-менеджеров и продюсеров, особенности образовательного процесса.

## **Тема 13. Антреприза как сегмент арт-менеджмента**

Антреприза как предприятие, бизнес-проект, форма театрального и циркового предпринимательства. Объединение антрепренером

(импресарио) театральных или цирковых артистов на одну постановку (шоу, концерт). Возникновения антрепризы одновременно с профессиональными артистическими труппами, ориентация на гастроль. Антрепренер как посредник и технолог, инноватор и риск-менеджер. «Антрепренерство» как процесс поиска талантливых людей, обладающих качествами лидеров, и предоставление поддержки (капитал и ноу-хау).

#### **Тема 14. Продюсер как организатор и руководитель музыкального проекта**

Продюсер как арт-менеджер и продюсер как создатель проекта. Проект как универсальный алгоритм создания оптимальных моделей решения бизнес-задач. Понятие "продюсерская музыка".

Алгоритмы разработки идеи и концепции проекта. Основные участники и партнеры продюсерского проекта в сфере музыкальной индустрии. Продюсерство в концертно-гастрольной сфере. Основы концертного менеджмента. Функции арт-менеджера по реализации концертных проектов. Деятельность концертных агентств. Промоутер и клубный промоушн. Особенности реализации концертных проектов в сфере белорусской поп-музыки. Основы режиссуры и продюсирования музыкальных видеоклипов.

Видеоклип как короткометражная музыкальная лента и основа промокампаний музыкального проекта. Из истории становления технологии видеоклипов. "Клиповая культура" как неотъемлемая часть шоу-бизнеса. Технологические основы съемки видеоклипа. Смета видеоклипа.

Рекорд-бизнес. Структура западноевропейских рекорд-кампаний. Репертуарная направленность деятельности рекорд-кампаний. Понятие "музыкальный формат". Особенности деятельности лейбл-менеджера как специалиста рекорд-лейбла, ответственного за проект. Функции саунд-продюсера и звукорежиссера. Функционирование отечественных рекорд-кампаний. Звукорежиссура и студийная деятельность. Основные этапы создания музыкальных аудиопроектов. Демо-запись как визитка артиста (демонстрация креативного потенциала песни и исполнителя). Варианты демо-записи: одновременный, наложение и сведение, запись при помощи компьютера. Мастеринг.

#### **Тема 15. Музей как объект арт-менеджмента**

Музеи как комплексные учреждения культуры по собиранию и хранению материальных носителей культурного наследия, разъяснению его смысла (произведений искусства, археологических и исторических находок, научных результатов). Управление музейными фондами, выставочно-экспозиционной деятельностью, программами, адресованными публике. Маркетинг, издательская деятельность, обмен выставками коллекций, интернет-технологии, виртуальные музейные экспозиции.

Управление финансами, риск-менеджмент, фандрайзинг. Ресурсная база музея.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
(дневная форма получения образования)**

№ темы	Название темы	Количество аудиторных часов			Форма контроля знаний
		лекции	Семинар-ские занятия	Лабораторные занятия	
Раздел 1. Концептуально-теоретические основы арт-менеджмента					
1	Закономерности и принципы менеджмента в сфере культуры	2	2		Опрос на семинаре
2	Массовая культура как феномен постиндустриального общества	2	2		Опрос на семинаре
3	Арт-менеджмент в сфере арт-индустрии	2	2		Опрос на семинаре
4	Арт-менеджмент как функционально-ролевой вид деятельности	2	2		Опрос на семинаре
5	Арт-менеджмент в структуре социокультурного менеджмента	2	4		Опрос на семинаре
6	Психологические особенности восприятия артпродукта	2	2	2	Опрос на семинаре
7	Педагогические аспекты включения личности в создание и потребление арт-продукта и услуг	2	4		Опрос на семинаре
Раздел 2. Организационно-управленческие и технологические аспекты арт-менеджмента					
8	Коучинг как механизм арт-менеджмента	2	4	2	Опрос на семинаре
9	Социально-культурная анимация как технология арт-менеджмента	2	4		Опрос на семинаре
10	Маркетинговый механизм арт-менеджмента	2	4		Опрос на семинаре
11	Арт-менеджмент в шоу-бизнесе	2	4	2	Опрос на семинаре
12	Основы предпринимательской деятельности в сфере музыкальной индустрии	2	4		Опрос на семинаре
13	Антреприза как сегмент арт-менеджмента	2	4		Опрос на семинаре
14	Продюсер как организатор и руководитель музыкального проекта	2	4		Опрос на семинаре
15	Музей как объект арт-менеджмента	2	4		Опрос на семинаре

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**(заочная форма получения образования)**

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов			Форма контроля знаний
		лекции	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	
	<b>Раздел 1. Концептуально-теоретические основы арт-менеджмента</b>				
<b>1</b>	Закономерности и принципы менеджмента в сфере культуры. Арт-менеджмент в структуре социокультурного менеджмента	<b>2</b>	<b>4</b>		Опрос на семинаре
	<b>Раздел 2. Организационно-управленческие и технологические аспекты арт-менеджмента</b>				
<b>10</b>	Маркетинговый механизм арт-менеджмента	<b>2</b>	<b>4</b>		Опрос на семинаре
<b>11</b>	Арт-менеджмент в шоу-бизнесе	<b>2</b>	<b>4</b>		Опрос на семинаре
<b>12</b>	Основы предпринимательской деятельности в сфере музыкальной индустрии	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	Опрос на семинаре
<b>14</b>	Продюсер как организатор и руководитель музыкального проекта	<b>2</b>	<b>4</b>		Экзамен

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### Литература

#### Основная

- Арт-менеджмент* как вид управленческой деятельности: сб. ст. / под. ред. С.Б.Мойсейчук, А.И.Степанцова.– Минск: Белорус. гос. ун-т культуры и искусств, 2011. – 156 с.
- Донова Д. А. Маркетинг в театре: понятия и проблемы // Ориентиры культурной политики: Инф. сб. – М.: ГИВЦ МК РФ, 2004. – №№ 4-5, 7.
- Жданова Е.И. и др. Управление и экономика в шоу-бизнесе: Учеб. пособие / Е.И.Жданова, С.В.Иванов, Н.В.Кротова.- М.: Финансы и статистика, 2003.- 176 с.
- Колбер Ф. и др. Маркетинг культуры и искусства / Под редакцией к.и. М.Наймарк. - СПб.: Издатель Васин А.И., 2004. – 256 с.
- Коновалов, А. Маленькие секреты большого шоу-бизнеса / А. Коновалов. - СПб.: Питер, 2005. – 188 с.
- Корнеева, С.М. Музыкальный менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Музыкальный менеджмент» и специальностям культуры и искусства / С.М.Корнеева.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 303с.
- Костина А.В. Массовая культура** как феномен постиндустриального общества / А. В. Костина. – М.: КойКнига, 2006. – 352 с.
- Котлер Ф., Шефф Дж. Все билеты проданы: Стратегии маркетинга исполнительских искусств / Пер. с англ. – М.: Классика-XXI, 2004. – 688 с.
- Лорд, Барри. Менеджмент в музейном деле / Барри Лорд, Гейл Д. Лорд ; пер. с англ. Э.Н. Гусинского и Ю.И. Турчаниновой ; под ред. А.Б. Голубовского. – М. : Логос, 2002. – 256 с.
- Макарова Е.А. Теория и технологии арт-менеджмента: научно-методическое пособие / Е.А. Макарова. – Минск: [б. и.], 2013 – 129 с.
- Малахова, И.А. Развитие креативности личности в социокультурной сфере: педагогический аспект / И.А. Малахова: Бел. гос. ун-т культуры и искусств. – Мн., 2006. – 325 с.
- Новикова, Г.Н. Технологии арт-менеджмента: Учеб. пособие. — М.: МГУКИ, 2006. — 178 с.
- Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера. Учебник* / Под редакцией: Иванов Г. П. и др.– М.: Юнити-Дана, 2012. – 720 с.
- Переверзев М.П., Косцов Т.В. Менеджмент в сфере культуры и искусств: Учеб. пособие / Под ред. М.П.Переверзева.- М.: ИНФРА-М, 2007.– 192 с.
- Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры: учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – 4-е изд. – СПб.: Лань: Планета музыки, 2009. – 544 с.

Тулъчинский Г. Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры / Г. Л. Тулъчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина. – М.: Планета музыки, Лань, 2010. – 384 с.

Уитмор, Дж. Коучинг высокой эффективности / Пер. с англ. – М.: Международная академия корпоративного управления и бизнеса, 2005.– 168с.

Чижиков, В. М. Теория и практика социокультурного менеджмента: Учебник / В.М.Чижиков, В.В.Чижиков. – М.: МГУКИ, 2008.- 698 с.  
Шекова Е.Л. Менеджмент в сфере культуры: опыт России и США / Е.Л. Шекова. – СПб.: Алетейя, 2006. – 185 с.

#### Дополнительная

Белоблоцкий Н. Маркетинг музыкальных фестивалей // Art-менеджер. – М., 2003. – № 2.

Келли Т. Сценический менеджер / Art-менеджер. – М., 2003. – № 2.

Колбер, Ф., Эврар И.. Арт-менеджмент — наука третьего тысячелетия (научный взгляд) / Art-менеджер. – М., 2002. – № 3.

Колотурский А. Н. Концертное дело: формы существования в новой реальности // Справочник руководителя учреждения культуры. – М., 2003. – № 2. – С. 13-21.

Лэнгли С. Идея для театра. Менеджер для идеи [американская модель] / Пер. с англ. И. Вальковой // Art-менеджер. – М., 2003. – № 1.

Лэтроп Т., Петтигрю Д. Промоушн музыкальных проектов // Art-менеджер. – М., 2004. – №№ 1-3.

Михеева Н.А., Галенская Л.Н. Менеджмент в СКС: Учеб. пособие. – СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2000.– 160 с.

Мисиура Ш. Маркетинг культурного наследия / Art-менеджер. – М., 2009. – № 1-2(21-22).

Музеи. Маркетинг. Менеджмент. Практическое пособие / Составитель В.Ю. Дукельский. – М. 2001. – 210 с.

Роберман Л. Театр и антреприза поменялись местами / Art-менеджер. – М., 2010.- № 1(23).

Рэйд М. Как покупать искусство/ Art-менеджер. – М., 2008. – № 4(20).

Танкус Ц. Экономические аспекты исполнительского искусства / Art-менеджер. – М., 2002. – № 1.

Траппей Дж. Р., Чонг Д. Особенности управления частным оркестром // Art-менеджер. – М., 2003. – № 3.

Третьяков И. А. Презентация театра в Интернете // Справочник руководителя учреждения культуры. – М., 2003. – № 5. – С. 79-82

Шекова Е.Л. Экономика и менеджмент некоммерческих организаций: Учебник. – СПб.: Лань, 2004. – 168 с.

## **Перечень средств диагностики учебной деятельности магистрантов**

Для диагностики компетенций магистрантов используется устная форма. Формами устной диагностики компетенций магистрантов являются:

- опрос в рамках семинарских занятий;
- дискуссии по темам семинарских занятий;
- презентация подготовленных проектов;
- реферат;
- экзамен.

## **Методы и технологии обучения**

Основными методами и технологиями обучения, отвечающими задачам изучения учебной дисциплины «Арт-менеджмент», являются:

- методы проблемного обучения (проблемное изложение, частично-поисковый и исследовательский методы);
- личностно ориентированные (развивающие) технологии, основанные на активных (рефлексивно-деятельностных) формах и методах обучения («мозговой штурм», деловая, ролевая и имитационная игры, дискуссия, пресс-конференция, учебные дебаты, круглый стол, кейс-технология, проект и др.);
- информационно-коммуникационные технологии, обеспечивающие проблемно-исследовательский характер процесса обучения и активизацию самостоятельной работы студентов (структурированные электронные презентации для лекционных занятий, использование аудио-, видеоподдержки учебных занятий (анализ аудио-, видеоситуаций и др.), разработка и применение на основе компьютерных и мультимедийных средств и творческих заданий, дополнение традиционных учебных занятий средствами взаимодействия на основе сетевых коммуникационных возможностей (интернет-форум, интернет-семинар и др.).

По каждой теме данной учебной программы в соответствии с их целями и задачами проектируются и реализуются определенные педагогические технологии. В числе наиболее перспективных и эффективных современных инновационных образовательных средств и технологий, позволяющих реализовать системно-деятельностный компетентностный подход в учебно-воспитательном процессе, используются: учебно-методические комплексы (в том числе электронные); информационные технологии, методики активного обучения.



## Контроль самостоятельной работы магистрантов

Самостоятельная работа студентов II ступени высшего образования организуется в соответствии с Положением о самостоятельной работе студентов, утвержденным приказом Министерства образования Республики Беларусь и предполагают разные формы с учетом профиля обучения и требований будущей профессиональной деятельности студентов.

Систематическая самостоятельная работа имеет целью расширение информационного творческого поля деятельности, поддержку и обогащение "культурной компетентности", т.е. свободное понимание, использование и интерпретирование знаний, вошедших в обыденный обиход, составляющих *норму общесоциальной эрудированности* человека.

*Обязательная самостоятельная работа* состоит в подготовке студента к аудиторным занятиям. Степень реализации этой части самостоятельной работы выражается в активности на занятиях, в качестве итоговых работ, обсуждение которых выносятся на семинары (индивидуальные доклады, их презентации, выполнение индивидуальных и групповых ситуационных задач).

*Управляемая самостоятельная работа* студентов предусматривает, подготовку рефератов, ознакомление с научной, научно-популярной, учебной литературой, анализ научно-теоретических источников.

**Формами и методами организации самостоятельной работы** студентов являются: выполнение творческих заданий; решение теоретических задач или ситуаций с презентацией результатов; выполнение самостоятельно разработанных дискуссионных заданий; подготовка и участие в активных формах учебно-исследовательской деятельности; изучение статей по арт-менеджменту, проблематике художественной культуры и арт-рынка и составление на них аннотаций, рецензий, рефератов. В целях стимулирования учебно-исследовательской активности обучающихся используются электронный комплект учебно-методических материалов по направлению дисциплины.

### Критерии оценки знаний учебной деятельности магистрантов

#### **10 баллов - десять:**

- систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы;

- точное использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы;

- безупречное владение инструментарием учебной дисциплины,

умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;

- выраженная способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации;

- полное и глубокое усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;

- умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им критическую оценку, использовать научные достижения других дисциплин;

- творческая самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, активное участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

### **9 баллов - девять:**

- систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы;

- точное использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы;

- владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;

- способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы;

- полное усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;

- умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им критическую оценку;

- самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, творческое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

### **8 баллов - восемь:**

- систематизированные, глубокие и полные знания по всем поставленным вопросам в объеме учебной программы;

- использование научной терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы;

- владение инструментарием учебной дисциплины (методами комплексного анализа, техникой информационных технологий), умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;

- способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы;

- усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им критическую оценку с позиций государственной идеологии (по дисциплинам социально-гуманитарного цикла);
- активная самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, систематическое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

#### **7 баллов - семь:**

- систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы;
- использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), лингвистически и логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы;
- владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;
- усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им критическую оценку;
- самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

#### **6 баллов - шесть:**

- достаточно полные и систематизированные знания в объеме учебной программы;
- использование необходимой научной терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы;
- владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении учебных и профессиональных задач;
- способность самостоятельно применять типовые решения в рамках учебной программы;
- усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им сравнительную оценку;
- активная самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, периодическое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

#### **5 баллов - пять:**

- достаточные знания в объеме учебной программы;
- использование научной терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;
- владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении учебных и профессиональных задач;
- способность самостоятельно применять типовые решения в рамках учебной программы;
- усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им сравнительную оценку;
- самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

#### **4 балла - четыре, ЗАЧТЕНО:**

- достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта;
- усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- использование научной терминологии, стилистическое и логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок;
- владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении стандартных (типовых) задач;
- умение под руководством преподавателя решать стандартные (типовые) задачи;
- умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им оценку;
- работа под руководством преподавателя на практических, лабораторных занятиях, допустимый уровень культуры исполнения заданий.

#### **3 балла - три, НЕЗАЧТЕНО:**

- недостаточно полный объем знаний в рамках образовательного стандарта;
- знание части основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- использование научной терминологии, изложение ответа на вопросы с существенными лингвистическими и логическими ошибками;
- слабое владение инструментарием учебной дисциплины, некомпетентность в решении стандартных (типовых) задач;
- неумение ориентироваться в основных теориях, концепциях и

направлениях изучаемой дисциплины;

- пассивность на практических и лабораторных занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.

**2 балла - два, НЕЗАЧТЕНО:**

- фрагментарные знания в рамках образовательного стандарта;
- знания отдельных литературных источников, рекомендованных учебной программой дисциплины;
- неумение использовать научную терминологию дисциплины, наличие в ответе грубых стилистических и логических ошибок;
- пассивность на практических и лабораторных занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.

**1 балл - один, НЕЗАЧТЕНО:**

- отсутствие знаний и компетенций в рамках образовательного стандарта или отказ от ответа.