

Учреждение образования  
«Белорусский государственный университет  
культуры и искусств»

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по научной работе  
БГУКИ

\_\_\_\_\_ В. Р. Языкович

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

Регистрационный № УД-\_\_\_\_\_/уч.

**ИНДУСТРИЯ ДОСУГА**

*Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине  
для специальности II ступени высшего образования  
(магистратура)  
1-20 81 01 Арт-менеджмент*

2019

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования 1-20 81 01-2013 и учебного плана по специальности 1-20 81 01 Арт-менеджмент, рег. № С 20-2-09/ уч. от 27.06.2016

### **СОСТАВИТЕЛЬ**

*И. Л. Смаргович*, доцент кафедры менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств»

### **РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

*О. В. Рогачева*, доцент кафедры педагогики социокультурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук, доцент;

*Л. С. Кожуховская*, заведующий кафедрой молодежной политики и социокультурных коммуникаций государственного учреждения образования «Республиканский институт высшей школы», кандидат культурологии

### **РЕКОМЕНДОВАНО К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

*кафедрой* менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 4 от 01.11.2017);  
*президиумом* научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 2 от 14.12.2017)

Ответственный за редакцию: В. Б. Кудласевич

Ответственный за выпуск: И. Л. Смаргович

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

«Индустрия досуга» – учебная дисциплина для студентов II ступени высшего образования (магистратура) специальности «арт-менеджмент».

Программа «Индустрия досуга» разработана с учетом современных требований, предъявляемых к подготовке специалистов высшей квалификации, и с использованием научных и научно-методических трудов современных культурологов, искусствоведов, социологов, психологов, философов, посвященных вопросам развития индустрии досуга.

В ходе обучения магистранты приобретают новые компетенции в области предпринимательской деятельности государственных, ведомственных и частных учреждений социально-культурной и культурно-досуговой сфер. Преподавание учебной дисциплины «Индустрия досуга» ведется с учетом знаний и умений, полученных магистрантами в процессе изучения дисциплин «Арт-менеджмент: теория и практика», «Правовые и экономические условия деятельности в сфере культуры», «Современные технологии кадрового менеджмента в арт-индустрии» и др. Полученные знания и умения применяются и актуализируются в ходе прохождения магистрантами практики на базах учреждений социально-культурной сферы.

*Цель* учебной дисциплины «Индустрия досуга» – формирование у магистрантов системы знаний и умений в области организации предпринимательского процесса оказания культурно-досуговых услуг населению в государственных, ведомственных и частных учреждениях культуры, искусства и досуга.

*Задачи* учебной дисциплины:

- сформировать у магистрантов знания об истории развития индустрии досуга в Беларуси и за рубежом;
- раскрыть механизмы организации предпринимательской деятельности в области индустрии досуга;
- углубить систему знаний магистрантов об особенностях развития индустрии досуга, сегментах индустрии досуга;
- развивать у магистрантов умение анализировать современную индустрию досуга, разрабатывать коммерческие куль-

турно-досуговые программы и внедрять их в практическую деятельность;

- сформировать у магистрантов представление об основных субъектах индустрии досуга;

- ознакомление магистрантов с опытом организации коммерческой деятельности в государственных и частных социально-культурных и культурно-досуговых учреждениях Беларуси.

В результате изучения учебной дисциплины «Индустрия досуга» магистрант должен *знать*:

- особенности развития индустрии досуга за рубежом и в Республике Беларусь;

- профессиональные функции и обязанности менеджера в сфере индустрии досуга;

- технологию организации предпринимательской деятельности по оказанию населению досуговых услуг как в государственном, так в коммерческом секторе индустрии досуга.

Магистрант должен *уметь*:

- анализировать современное состояние индустрии досуга и выявлять основные тенденции и перспективы ее развития;

- самостоятельно разрабатывать и продвигать коммерческие предложения и услуги в сфере индустрии досуга;

- внедрять в практику полученные знания по созданию и продвижению культурно-досуговых услуг населению.

Магистрант должен *владеть*:

- навыками организационно-управленческой, финансово-экономической, маркетинговой и рекламно-информационной деятельности в процессе создания и реализации услуг в сфере индустрии досуга;

- технологиями и принципами предпринимательской деятельности в сфере индустрии досуга;

- механизмами поиска рыночной ниши в индустрии досуга, создания новых культурно-досуговых услуг.

Процесс преподавания учебной дисциплины «Индустрия досуга» включает следующие формы: лекции, семинарские и практические занятия, самостоятельную работу магистрантов.

В соответствии с образовательным стандартом подготовки магистрантов по специальности II ступени высшего образования «арт-менеджмент» учебная дисциплина «Индустрия досу-

га» нацелена на формирование следующих групп профессиональных компетенций магистрантов.

**Академические компетенции:**

АК-1. Способность к самостоятельной исследовательско-аналитической деятельности (анализ, систематизация, моделирование, принятие решений), готовность генерировать и использовать новые идеи в сфере индустрии досуга.

АК-2. Методические знания и умения, которые обеспечивают решение задач организационно-управленческой, коммерческой, финансово-хозяйственной, маркетинговой и рекламно-информационной, инновационно-методической деятельности в работе учреждений и предприятий индустрии досуга.

АК-3. Способность самостоятельно обучаться, заниматься профессиональным саморазвитием.

**Социально-личностные компетенции:**

СЛК-1. Быть способным к взаимодействию, сотрудничеству с различными структурами, ведомствами, представителями государственных учреждений и частных предприятий в сфере индустрии досуга.

**Профессиональные компетенции:**

*организационно-управленческая деятельность:*

ПК-1. Приобщать различные группы населения и отдельных индивидов к процессу создания, освоения, сохранения и распространения ценностей культуры в сфере индустрии досуга.

ПК-2. Использовать нормативно-правовую базу отрасли культуры.

ПК-3. Реализовывать общегосударственные, региональные и ведомственные программы и проекты в области культуры и искусств.

ПК-4. Обеспечивать организационно-управленческое функционирование учреждений и предприятий в сфере индустрии досуга;

*коммерческая и финансово-хозяйственная деятельность:*

ПК-5. Разрабатывать социально-культурные проекты в коммерческой, финансово-хозяйственной деятельности предприятий индустрии досуга.

ПК-6. Организовывать финансово-экономическое обеспечение проектов в сфере индустрии досуга.

ПК-7. Содействовать переходу культурно-досуговых учреждений на новые условия хозяйствования, содействовать их работе в условиях рыночных отношений;

*маркетинговая и рекламно-информационная деятельность:*

ПК-8. Проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и осуществлять международные, республиканские, региональные арт-проекты в сфере индустрии досуга.

ПК-9. Составлять рекламную стратегию культурно-досуговых и арт-проектов в сфере индустрии досуга.

ПК-10. Разрабатывать и проводить кампании по связям с общественностью, взаимодействовать со СМИ в рамках организации коммерческих культурно-досуговых проектов и деятельности учреждений и предприятий сферы индустрии досуга;

*инновационно-методическая деятельность.*

ПК-11. Оценивать состояние, динамику и тенденции развития индустрии досуга в Беларуси.

ПК-12. Прогнозировать, планировать и организовывать инновационно-методическую и художественно-творческую деятельность в сфере индустрии досуга.

ПК-13. Выявлять интересы и потребности населения в различных видах досуга.

Учебным планом по специальности II ступени высшего образования «арт-менеджмент» на изучение учебной дисциплины «Индустрия досуга» всего предусмотрено 62 часа, из них 34 часа – аудиторные занятия, 28 часов – самостоятельная работа. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий в дневной форме обучения: лекции – 16 часов, семинары и практические занятия – 18 часов. В заочной форме обучения предусмотрено 6 часов лекционных занятий и 6 часов – семинарские и практические. Рекомендуемая форма контроля знаний студентов – зачет.

Оценка и диагностика результатов деятельности магистрантов выполняется в процессе проведения семинарских и практических занятий в форме дискуссий, защиты моделей бизнес-планов и других форм контроля.

Самостоятельная работа магистрантов по данной дисциплине предполагает использование таких ее форм, как конспектирование лекций, анализ публикаций по проблемам функционирования индустрии досуга в Республике Беларусь и за рубе-

жом, подготовка рефератов, изучение опыта деятельности предприятий в сфере индустрии досуга, разработка бизнес-идей по созданию культурно-досуговых услуг для различных групп населения, подготовка презентационных материалов по конкретным темам, разработка модели бизнес-плана по созданию малого предприятия либо коммерческого проекта в сфере индустрии досуга и т. п.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### Тема 1. Введение. Общая характеристика, теоретические основы и становление индустрии досуга

Цели и задачи учебной дисциплины «Индустрия досуга». Содержание основных разделов тематического плана. Обзор литературы по учебной дисциплине. Интерпретация понятия «индустрия досуга». Сущность и значение индустрии досуга в современном социально-культурном пространстве. Основные характеристики индустрии досуга. Индустрия досуга как технология модернизации сферы культуры. Индустрия досуга как средство инноваций в сфере культуры и искусства. Связь и взаимопроникновение индустрии досуга и индустрии культуры.

Теоретические основы становления и развития индустрии досуга. Концепция генезиса и развития культуры Й. Хёйзинги (игра как явление культуры). В. Беньямин: трансформация произведений искусства как физических и эстетических объектов в контексте развития техники и технологии. Теория «культурной индустрии» Т. Адорно и М. Хоркхаймера (культурная индустрия как разновидность товарного индустриального производства и разновидность массовой культуры). Теория культурной индустрии и ее взаимосвязь с индустрией досуга. Ж. Бодрийяр и теория симулякров. Х. Ортега-и-Гассет: теория «массового общества» и «массовой культуры». Б. Мьеж: систематизация сферы культурных индустрий. Современный этап осмысления индустриализации сферы культуры. Становление «цивилизации досуга». Развитие концепции «творческих индустрий», Д. Хокинс и концепция «творческой экономики», Р. Флорида и теория «креативного класса», Т. Флеминг, Ч. Лэндри, Дж. О'Коннор, С. Эванс и др. Российские и белорусские исследователи индустрии досуга.

Влияние экономической, политической, социально-культурной ситуации на развитие индустрии досуга. Воздействие процессов глобализации и регионализации на индустрию досуга. Общая динамика развития индустрии досуга в Европе, западных странах и других регионах мира.

## **Тема 2. Условия становления и развития, инфраструктура индустрии досуга в Республике Беларусь**

Условия и факторы становления и развития индустрии досуга в Беларуси: индустриализация, увеличение свободного времени, меняющиеся социальные и экономические условия жизни населения, расширение информационного пространства и межкультурных связей, научно-техническая революция, быстрорастущие культурные и досуговые потребности населения, развитие возможностей культурного предпринимательства, формирование креативной индустрии, внеинституциональных форм культурно-досуговой деятельности населения, развитие системы подготовки и переподготовки специалистов-профессионалов в области индустрии досуга.

Инфраструктура индустрии досуга. Субъекты индустрии досуга. Государственный и частный секторы развития индустрии досуга в Беларуси. Развитие частных учреждений культуры и досуга в Беларуси. Коммерческая деятельность социально-культурных и культурно-досуговых учреждений. Характеристики основных сегментов индустрии досуга: галерейно-выставочный бизнес, музыкальный и шоу-бизнес, киноиндустрия, развлекательный бизнес (в т. ч. игровые развлечения), ивент-индустрия, спортивно-зрелищная индустрия, индустрия моды, игорный бизнес, туристический бизнес. Арт-агентства как производители культурно-досуговых услуг. Использование интернет-технологий в сфере индустрии досуга. Средства массовой информации и индустрия досуга.

Тенденции и перспективы развития индустрии досуга: виртуализация, технизация, многофункциональность досуговых центров, интеграция развлечений в другие направления деятельности, развитие творческих индустрий и творческих кластеров, использование интерактивных проектов в деятельности учреждений индустрии досуга и т. д.

Расширение объема платных услуг населению на базе государственных учреждений культуры, досуга и искусства.

### **Тема 3. Финансово-экономическое и правовое обеспечение индустрии досуга в Республике Беларусь**

Коммерциализация сферы культуры и досуга как общемировая тенденция. Формы частного финансирования: спонсорство, патронаж, меценатство. Фандрейзинг как технология привлечения средств.

Индустрия досуга как предпринимательская деятельность: вид деятельности, нацеленный на создание, продвижение и продажу культурно-досуговых продуктов и услуг частными структурами за частные средства.

Система государственной поддержки предпринимательства в индустрии досуга: благоприятное отношение к предпринимательству в обществе, информационно-рекламная поддержка, законодательно-разрешающая база, инфраструктура для осуществления предпринимательской деятельности, условия безопасности для осуществления предпринимательской деятельности.

Предпринимательская деятельность государственных и ведомственных культурно-досуговых учреждений, платные услуги населению. Государственно-частное партнерство в сфере индустрии досуга. Культурные и развлекательные продукты и услуги: их специфика и особенности ценообразования. Вещественные и невещественные культурные продукты.

Нормативно-правовое обеспечение функционирования индустрии досуга в Беларуси. Кодекс Республики Беларусь о культуре. Законы, указы, положения и программы, нацеленные на развитие предпринимательской деятельности в сфере культуры и досуга: Законы Республики Беларусь «О поддержке малого и среднего предпринимательства», «Об авторском праве и смежных правах», Положение об организации и проведении культурно-зрелищных мероприятий, Указ Президента Республики Беларусь «Об отдельных вопросах проведения культурно-зрелищных мероприятий Республики Беларусь» и пр.

#### **Тема 4. Индустрия досуга как предпринимательская деятельность в сфере культуры, искусства и досуга**

Особенности предпринимательской деятельности в сфере культуры, искусства и досуга. Условия и стимулирование развития предпринимательской активности в сфере культуры и досуга. Значимость предпринимательства и его влияние на экономический рост, на внедрение достижений научно-технического прогресса.

Производственная цепочка индустрии досуга (зарождение идеи, производство культурных и досуговых продуктов/услуг, распространение/ продвижение продуктов/услуг, потребление).

Картирование как составление карты культурно-досугового сектора. Аспекты методики картирования: контекст; поддержка, получаемая досуговым бизнесом; определение сектора и его параметров (организации/компании, занятость, рынки, доходы, расходы), потребности сектора индустрии досуга и пути его развития. Схемы осуществления картирования: изучение существующих данных; опросы (анкетирование): по почте, э-почте, через Интернет; глубинные интервью, интервью по телефону; работа с фокус-группами; подготовка предварительной версии отчета; консультации (с представителями культурного сектора); составление итогового отчета.

Технология создания коммерческого предприятия или коммерческого проекта в индустрии досуга. Мониторинг досугового рынка и его секторов, бизнес-идеи, определение целевой аудитории бизнеса, учет основных конкурентов, резюме проекта бизнеса (цель предприятия, стратегия, описание содержания, подробное описание ассортимента продуктов/услуг), разработка бизнес-плана (включая риски и их коррекцию) и методов его реализации, составление производственного плана, разработка плана сбыта, расходы, прибыль, рентабельность, государственная регистрация бизнеса.

Особенности коммерциализации сферы досуга в областных центрах и на региональном уровне в Беларуси.

Специфика использования маркетинга в сфере индустрии досуга. Комплекс маркетинга: продукт, цена, место продаж, продвижение (4P) в сфере индустрии досуга.

## **Тема 5. Творческие индустрии: общая характеристика и перспективы развития в Республике Беларусь**

Суть, понятие и характеристики творческих индустрий. Творческие индустрии как деятельность, которая берет свое начало от индивидуальной творческой деятельности, умений или таланта и которая имеет потенциал извлечения финансовой прибыли, создания рабочих мест посредством производства и использования интеллектуальной собственности. Творческие индустрии как разновидность социально-культурных практик, в которых в качестве ключевой составляющей выступает творческая/креативная/культурная инноватика.

Творческие индустрии как инновационная технология развития культуры европейских городов. История становления творческих индустрий в европейских и западных странах. Практика развития творческих индустрий в различных странах. Сегментарное разнообразие творческих индустрий. Базовые элементы концепции развития творческих индустрий.

Условия становления и развития творческих индустрий в Беларуси. Творческие индустрии как модель модернизации сферы культуры.

Творческие кластеры и пространства как инновационные субъекты в индустрии досуга. Творческие/креативные кластеры – понятие и структура. Творческие кластеры как новый вид предпринимательской активности в сфере культуры. Технологии создания творческого кластера. Содержание творческого кластера. Практика развития творческих кластеров в других странах. Модели развития творческих кластеров.

Творческие пространства: общая характеристика и виды деятельности. Развитие творческих/креативных пространств в Беларуси. Перспективы развития творческих индустрий в Республике Беларусь.

## **Тема 6. Арт-индустрия как составная часть индустрии досуга в Республике Беларусь**

Содержание термина «арт-индустрия». Арт-индустрия как самостоятельная сфера деятельности.

Арт-рынок как система товарного обращения произведений искусства. Арт-индустрия как сектор арт-рынка, который включает в себя производство, сбыт произведений искусства и услуг в сфере культуры и искусства, сопряженные секторы и потребительскую аудиторию. Основные характеристики, цели и функции арт-индустрии. Арт-индустрия как художественная коммуникация на арт-рынке.

Понятие «художественно-творческая продукция». Виды и типы художественно-творческой продукции. Арт-продукция – художественные произведения, творческие проекты, имеющие художественный компонент и являющиеся товаром на рынке культурных услуг.

Арт-индустрия и рыночные отношения. Базовые категории рынка и рыночных отношений в арт-индустрии. Арт-бизнес как коммерческая, предпринимательская деятельность, направленная на удовлетворение художественно-эстетических потребностей потенциальной аудитории (зрителей, читателей, слушателей) и ориентированная на зрелищность. Арт-индустрия как сфера взаимодействия и сотрудничества, интеграции авторов произведений/производителей, арт-менеджеров и потребителей.

Инфраструктура и сегментарное разнообразие арт-индустрии. Технологическая цепочка арт-индустрии: производитель, продукт/услуга, арт-менеджер, маркетинговая система, потребитель.

Арт-индустрия как сектор мировой экономики.

## **Тема 7. Технологии арт-менеджмента в индустрии досуга**

Содержание и специфика арт-менеджмента в индустрии досуга. Основные составляющие управления в сфере искусства: цели и задачи, структура, закономерности, принципы, функции, методы. Эволюция технологий арт-менеджмента.

Общая структура технологии арт-менеджмента: социальный заказ, цель, субъект, объект, содержание, формы, методы, средства, материально-техническая база, финансовое обеспечение, правовое обеспечение, рекламно-информационное и кадровое обеспечение. Культурные программы как метод управления в сфере искусства и досуга.

Арт-менеджмент как ключевое звено в развитии индустрии досуга. Индустрия досуга как пространство профессиональной деятельности менеджеров социально-культурной сферы. Проектный менеджмент в сфере индустрии досуга.

Профессиональные функции и обязанности арт-менеджера. Основные функции арт-менеджера в индустрии досуга (художественно-творческая, проектно-технологическая, организационно-управленческая, маркетинговая функция (включающая PR и рекламу), финансово-экономическая, нормативно-правовая).

Особенности применения технологий арт-менеджмента в индустрии досуга по удовлетворению социально-культурных и культурно-досуговых потребностей населения: развлекательных, рекреационно-оздоровительных, познавательно-образовательных, информационно-коммуникативных, художественно-творческих, празднично-зрелищных.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
Дневная форма получения образования**

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		лекции	семинарские занятия	практические занятия		
1	Введение. Общая характеристика, теоретические основы и становление индустрии досуга	2	2			
2	Условия становления и развития, инфраструктура индустрии досуга в Республике Беларусь	2	2		2	представление презентационных материалов по сегментам индустрии досуга
3	Финансово-экономическое и правовое обеспечение индустрии досуга в Республике Беларусь	2		2		
4	Индустрия досуга как предпринимательская деятельность в сфере культуры, искусства и досуга	4	2	2	4	защита модели бизнес-плана малого предприятия/коммерческого проекта в индустрии досуга
5	Творческие индустрии: общая характеристика и перспективы развития в Республике Беларусь	2	2			
6	Арт-индустрия как составная часть индустрии досуга в Республике Беларусь	2	2	2		
7	Технологии арт-менеджмента в индустрии досуга	2	2			
	<b>Всего...</b>	<b>16</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	

## Заочная форма получения образования

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов		
		лекции	семинарские занятия	практические занятия
1	Введение. Общая характеристика, теоретические основы и становление индустрии досуга	2		
2	Условия становления и развития, инфраструктура индустрии досуга в Республике Беларусь		2	
3	Финансово-экономическое и правовое обеспечение индустрии досуга в Республике Беларусь			2
4	Индустрия досуга как предпринимательская деятельность в сфере культуры, искусства и досуга	2		
5	Творческие индустрии: общая характеристика и перспективы развития в Республике Беларусь			
6	Арт-индустрия как составная часть индустрии досуга в Республике Беларусь	2		
7	Технологии арт-менеджмента в индустрии досуга		2	
<b>Всего...</b>		<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### Литература

#### Основная

1. *Аванесова, Г. А.* Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации : учеб. пособие для студентов вузов / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 236 с.

2. Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности : сб. ст. / Белорус. гос. ун-т культуры и искусств ; под ред. С. Б. Мойсейчук, А. И. Степанцова. – Минск, 2012. – 156 с.

3. *Герасимов, С. В.* Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учеб. пособие / С. В. Герасимов, Г. Л. Тульчинский, Т. Е. Лохина. – СПб. : Планета музыки, 2009. – 384 с.

4. *Зеленцова, Е.* Творческие индустрии. Теории и практики / Н. Зеленцова, Н. Гладких. – М. : Классика-XXI, 2010. – 240 с.

5. *Костерина, А. Б.* Искусство и коммерция : учеб. пособие / А. Б. Костерина. – Екатеринбург: Изд-во ГОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет», 2007. – 153 с.

6. *Макарова, Е. А.* Теория и технологии арт-менеджмента / Е. А. Макарова. – Минск : ГУО «ИКБ», 2013. – 131 с.

7. *Макарова, Е. А.* Технологии культурно-досуговой деятельности : пособие для работников культуры / Е. А. Макарова, С. Б. Мойсейчук, И. Л. Смаргович. – Минск : Изд. Владимир Сивчиков, 2016. – 174 с.

8. *Макарова, Е. А.* Организация концертно-зрелищной деятельности : пособие для работников культуры / Е. А. Макарова, С. Б. Мойсейчук, И. Л. Смаргович. – Минск : Изд. Змицер Колас, 2015. – 164 с.

9. *Мельвиль, Е. Х.* Правовые и экономические модели деятельности в сфере культуры и творческого предпринимательства : учеб. пособие / Е. Х. Мельвиль. – М. : Изд-во «Дело» АНХ, 2010. – 192 с.

10. *Наумова, С. А.* Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие / С. А. Наумова. – Томск : Изд. ТПУ, 2003. – 127 с.

11. *Смаргович, И. Л.* Креативные пространства и кластеры как механизм развития творческой городской среды / И. Л. Смаргович // Навуковы пошук у сферы культуры і мас-

тацтва: інавацыйныя падыходы : матэрыялы навук. канф. прафесарска-выкладчыцкага складу, прысвеч. 40-годдзю заснавання Беларус. дзярж. ун-та культуры і мастацтваў, Мінск, 25 лістап. 2015 г. / М-ва культуры Рэсп. Беларусь, Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў ; рэдкал.: Ю. П. Бондар (старш.) [і інш.]. – Мінск : БДУКМ, 2017. – С. 383–388.

12. *Смаргович, И. Л.* Культурно-досуговая индустрия как новая технология в социально-культурной сфере / И. Л. Смаргович // Культура. Наука. Творчество : материалы Междунар. науч.-практ. конф., 19–20 апр. 2007 г., г. Минск. – Минск : БГА искусств, 2008. – С. 290–294.

13. *Смаргович, И. Л.* Культурно-досуговая индустрия: сущность и содержание / И. Л. Смаргович // Весн. Беларус. дзярж. ун-та культуры і мастацтваў. – 2007. – № 8. – С. 109–115.

14. *Смаргович, И. Л.* Культурные услуги в досуговой сфере: предпочтения на региональном уровне / И. Л. Смаргович // Асноўныя тэндэнцыі развіцця сучаснай беларускай культуры : матэрыялы навук. канф., г. Мінск, 23–24 лістап. 2011 г. ; рэдкал.: В. Р. Языковіч (старш.) [і інш.]; М-ва культуры Рэсп. Беларусь, Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў. – Мінск : БДУКМ, 2013. – С. 373–378.

15. *Смаргович, И. Л.* Основы культурно-досуговой деятельности: учеб.-метод. пособие / И. Л. Смаргович ; М-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств. – Минск: БГУКИ, 2015. – 174 с.

16. *Смаргович, И. Л.* Развитие культурно-досуговой индустрии в Беларуси / И. Л. Смаргович // Вес. Ин-та соврем. знаний. – Минск : ЧУО ИСЗ. – 2010. – № 3. – С. 62–65.

17. *Смаргович, И. Л.* Творческие индустрии: перспективы развития в Республике Беларусь / И. Л. Смаргович // Навуковы пошук у сферы сучаснай культуры і мастацтва : матэрыялы навук. канф., г. Мінск, 28 лістап. 2013 г. / М-ва культуры Рэсп. Беларусь, Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў ; рэдкал.: Ю. П. Бондар (старш.) [і інш.]. – Мінск : БДУКМ, 2014. – С. 346–351.

18. *Смаргович, И. Л.* Тенденции развития культурно-досуговой деятельности в Беларуси на современном этапе / И. Л. Смаргович // Креативные технологии в социально-культурном пространстве: сб. науч.-метод. материалов Между-

нар. науч.-практ. конф. ; сост. Т. В. Рябова. – СПб. : Российский творческий союз работников культуры, 2013. – С. 53–59.

#### *Дополнительная*

1. *Бедягин, С. А.* Статус индустрии досуга в социальном государстве / С. А. Бедягин // Альманах современной науки и образования. – 2012. – № 11 (66). – С. 27–30.

2. *Брэтон, Ф.* Выбух камунікацыі: Нараджэнне новай ідэалогіі / Ф. Брэтон, С. Пру ; пер. з фр. А. Мароза ; рэд. Ю. Залоска. – Мінск : Беларус. фонд Сораса, 1995. – 336 с.

3. *Горушкина, С. Н.* Многофункциональные центры культуры / С. Н. Горушкина // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2010. – № 5. – С. 97–102.

4. *Дуликов, В. З.* Индустрия досуга: к интерпретации понятия / В. З. Дуликов // Вестн. МГУКИ. – 2014. – № 3 (59). – С. 121–127.

5. *Жданова, Е. И.* Управление и экономика в шоу-бизнесе : учеб. пособие / Е. И. Жданова, С. В. Иванов, Н. В. Кротова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 176 с.

6. *Курапина, Е. В.* Индустрия досуга как источник инноваций в социально-культурной сфере / Е. В. Курапина // Развитие системы высшего образования в сфере культуры: научный и образовательный опыт : материалы Междунар. науч.-практ. конф. / гл. ред. Н. А. Паршиков ; науч. ред. и сост. И. А. Ивашова. – 2015. – С. 287–289.

7. *Леденев, В. В.* Арт-индустрия в условиях рыночных отношений: из опыта анализа проблемы / В. В. Леденев, Н. И. Орлова // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 6–3 (59–3). – С. 35–40.

8. *Леденев, В. В.* Арт-индустрия и рыночные отношения: pro and contra / В. В. Леденев // Путь науки. – 2015. – № 5 (15). – С. 55–56.

9. *Мацевич, И. Я.* Постановка проблемы культурной индустрии в социогуманитарном познании / И. Я. Мацевич // Проблемы управления. – 2008. – № 4 (29). – С. 92–95.

10. *Новикова, Г. Н.* Технологии арт-менеджмента : учеб. пособие / Г. Н. Новикова. – М. : МГУКИ, 2006. – 178 с.

11. *Островский, М. В.* Искусство как бизнес / М. В. Островский // Вестн. Моск. гос. ун-та культуры и искусств. – 2007. – № 5. – С. 31–35.

12. *Пешина, Э. В.* Теоретические положения индустрии развлечений в обществе потребления / Э. В. Пешина, А. С. Брулев // Известия Уральск. гос. эконом. ун-та. – 2011. – № 3 (35). – С. 90–95.

13. *Секретова, Л. В.* Индустрия досуга: социально-культурный аспект / Л. В. Секретова // Труды С.-Петерб. гос. ун-та культуры и искусств. – 2013. – Т. 195. – С. 47–55.

14. *Смаргович, И. Л.* Социально-культурная сущность досуга в постиндустриальную эпоху / И. Л. Смаргович // Культура Беларусі і сусвет: агульнае і асаблівае : матэрыялы Міжнар. навук. канф., 13–14 лістап. 2008 г. – Минск, 2010. – С. 71–79.

15. *Спирин, В. А.* Концепция культуриндустрии в работах Т. В. Адорно / В. А. Спирин // Вопросы культурологии. – 2009. – № 9. – С. 16–19.

16. *Стальная, В.* Место и роль индустрии развлечений в мировой и отечественной сфере услуг / В. Стальная // Общество и экономика. – 2009. – № 1. – С. 118–128.

17. *Стальная, В. А.* Индустрия развлечений в мировой экономике: современные тенденции и перспективы развития / В. А. Стальная // Рос. внешнеэконом. вестн. – 2009. – № 2. – С. 17–24.

18. *Суминова, Т. Н.* Творческое предпринимательство в контексте формирования креативной экономики и региональной политики в сфере культуры и искусства / Т. Н. Суминова // Культура и образование. – 2014. – № 1 (12). – С. 103–109.

19. *Таппасханова, Е. О.* Маркетинговые аспекты управления индустрией культурно-развлекательных и досугово-рекреационных услуг / Е. О. Таппасханова, С. В. Галачиева, С. А. Махошева. – Нальчик : Полиграфсервис и Т, 2007. – 133 с.

20. *Темный, Ю. В.* Индустрия развлечений: анализ состояния, особенности менеджмента и маркетинга : учеб. пособие / Ю. В. Темный, Л. Р. Темная, В. А. Стальная ; М-во образования и науки РФ, Волж.-Кам. фил. РМАТ. – Набережные Челны : ВКФ РМАТ, 2004. – 319 с.

21. *Темный, Ю. В.* Индустрия развлечений: состояние, особенности менеджмента / Ю. В. Темный ; М-во образования и

науки РФ, Камск. гос. политехн. ин-т. – Набережные Челны : Изд-во Камск. гос. политехн. ин-та, 2005. – 363 с.

22. Федорова, Е. А. Анализ тенденций развития арт-рынка / Е. А. Федорова // Финансы и кредит. – 2010. – № 34 (418). – С. 26–31.

23. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. – М. : Классика XXI, 2005. – 430 с.

24. Хаирова, С. М. Маркетинговый подход к развитию индустрии досуга при взаимодействии властных и предпринимательских структур / С. М. Хаирова, Л. В. Секретова, Б. Г. Хаиров // Мир науки, культуры, образования. – 2014. – № 4 (47). – С. 424–427.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

## **Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы магистрантами по учебной дисциплине «Индустрия досуга»**

Самостоятельная работа магистрантов – это формы индивидуальной деятельности магистрантов, направленные на закрепление пройденного материала, формирование умений и навыков быстро решать поставленные задачи, творческое осмысление пройденного материала. Самостоятельная работа предполагает поиск, творческое усвоение и анализ информации. Содержание заданий имеет практико-ориентированный характер и учитывает специфику будущей профессиональной деятельности магистрантов.

Самостоятельная работа выступает в качестве стимулирующего средства развития готовности магистрантов к профессиональному самообразованию, а также приобретению знаний и навыков. В процессе самостоятельной работы магистрант руководствуется материалами лекций и рекомендованной литературой, осуществляет самостоятельный поиск и анализ литературных и интернет-источников по сформулированным преподавателем вопросам для самостоятельной работы.

Собранные и изученные в ходе самостоятельной работы материалы магистрант использует для подготовки ответов на вопросы семинаров и выполнения заданий на практических занятиях, для сдачи зачета. Рабочей программой учебной дисциплины предусмотрена самостоятельная работа магистрантов с целью углубления знаний по дисциплине. Она предполагает изучение и усвоение лекционного материала, поиск и изучение дополнительной литературы по разделам, названным лектором, подготовку к практическим занятиям, работу с интернет-ресурсами, подготовку к зачету.

Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, предоставленных в программе. При самостоятельной работе стоит прочитать рекомендованную литературу и при необходимости составить краткий конспект основных положений, терминов, которые требуют запоминания и которые являются основополагающими в этой учебной дисциплине. Для углуб-

ления и расширения знаний по дисциплине также рекомендуется использовать интернет-ресурсы.

Управляемая самостоятельная работа магистрантов предполагает поиск источников информации по заданной теме; изучение литературы по проблемам курса; составление плана текста, конспектирование; подготовку сообщений для выступления на занятиях; заполнение таблицы по сегментам индустрии досуга; разработку модели бизнес-плана создания частного предприятия/коммерческого проекта в сфере индустрии досуга, написание рефератов, а также подготовку презентаций по выбранному сегменту индустрии досуга/арт-индустрий.

В качестве обязательной итоговой самостоятельной работы магистрантам предлагается написание модели бизнес-плана создания частного предприятия/коммерческого проекта. Предлагается следующая схема бизнес-плана:

- обоснование бизнес-идеи, описание уникальности проекта;
- содержание деятельности, продукты/услуги данной фирмы/агентства/предприятия;
- характеристика команды бизнеса/проекта;
- целевая аудитория и ее потребительские характеристики;
- характеристики конкурентов;
- стратегия и механизмы продвижения продукции/услуг, реклама;
- расходы на открытие (в т. ч. расходная часть в месяц); возможные источники финансирования бизнеса/проекта;
- доходная часть;
- риски и механизмы их минимизации.

***Рекомендуемые средства диагностики знаний  
магистрантов по учебной дисциплине  
«Индустрия досуга»***

Оценка и диагностика достижений магистрантов выполняется поэтапно и может включать следующие основные средства:

- беседа в ходе лекции;
- устный опрос во время семинарских занятий;
- написание рефератов по выбранным темам;
- выступления с докладами по выбранной проблематике;
- выполнение творческих заданий, связанных с анализом деятельности предприятий в сфере индустрии досуга;

- проблемно-поисковая работа в группах;
- проведение публичной защиты модели бизнес-плана создания частного предприятия/коммерческого проекта в сфере индустрии досуга;
- выступление с публичной презентацией по выбранному сегменту индустрии досуга/арт-индустрии;
- итоговый контроль в форме зачета.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

*Учебное издание*

## **ИНДУСТРИЯ ДОСУГА**

*Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине  
для специальности II ступени высшего образования  
(магистратура)  
1-20 81 01 Арт-менеджмент*

Корректор В. Б. Кудласевич  
Технический редактор Л. Н. Мельник

Подписано в печать 2019. Формат 60x84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Бумага офисная. Ризография.  
Усл. печ. л. 1,45. Уч.-изд. л. 0,91. Тираж экз. Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение:  
учреждение образования  
«Белорусский государственный университет культуры и искусств».  
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,  
распространителя печатных изданий № 1/177 от 12.02.2014.  
ЛП № 02330/456 от 23.01.2014.  
Ул. Рабкоровская, 17, 220007, г. Минск.