

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-_____ / уч.

КРОСС-КУЛЬТУРНЫЙ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ

*Учебная программа
для всех специальностей факультета традиционной
белорусской культуры и современного искусства*

Минск
БГУКИ
2013

Составитель

Т. В. Карнажицкая, доцент кафедры менеджмента социокультурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат культурологии, доцент

Рецензенты:

С. Н. Мизякина, доцент кафедры философии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат философских наук, доцент;

Н. Е. Шелупенко, декан факультета традиционной белорусской культуры и современного искусства учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат культурологии, доцент

Рекомендовано к утверждению:

кафедрой менеджмента социокультурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 2 от 29.09.2012 г.);

президиумом научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 3 от 06.02.2013 г.)

Ответственный за редакцию *В. Б. Кудласевич*

Ответственный за выпуск *Т. В. Карнажицкая*

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Актуализация изучения проблем кросс-культурного взаимодействия в сфере арт-менеджмента обусловлено переосмыслением представлений о роли культуры в жизни общества, которое возникло по мере активного освоения в последние годы зарубежного опыта наук, изучающих социокультурные изменения. Кросс-культурный арт-менеджмент – это менеджмент, осуществляемый на стыке культур на разных уровнях. Макроуровень – управление на стыке национальных и региональных культур, и микроуровень – на стыке территориальных, возрастных, профессиональных, организационных, иных культур. Знания о принципах организации и функционирования управленческих механизмов кросс-культурных контактов в сфере культуры рассматриваются как необходимые и значимые для современного специалиста, как важный и неперенный элемент его профессиональной деятельности. Это наглядно демонстрирует необходимость и высокую практическую полезность научного изучения кросс-культурных процессов в арт-менеджменте и ставит проблему развития аналогичной исследовательской и образовательной практики в нашей стране. В современных условиях изучение системы кросс-культурного арт-менеджмента как проявления социальной, политической, производственной активности людей требует разработки соответствующего механизма управления, от которого зависит эффективность экономической деятельности в организациях культуры. Изучение базового комплекса кросс-культурного арт-менеджмента обеспечивает успех деятельности организации, работающей в условиях рынка, зависящей от системы теоретической и практической подготовки руководителей, способных разрабатывать и реализовывать эффективную стратегию кросс-культурного арт-менеджмента.

Целью дисциплины «Кросс-культурный арт-менеджмент» является освоение теоретических основ управления и руководства организациями и учреждениями культуры на уровне взаимодействия субъектов разных культурных типов, а также формирование практических навыков планирования, программирования и подготовки коммерческих и некоммерческих проектов в сфере диалоговых контактов в культурном пространстве функционирования современных арт-институций.

Комплекс задач дисциплины основан на интеграции изучения базовых основ со специальными направлениями тематических ресурсов аналитиков и практиков арт-бизнеса, предполагает рассмотрение логического звена изучения основ менеджмента культуры вообще и арт-менеджмента в частности, и усвоение основ и главных теоретических составляющих системы менеджмента культуры.

Основными задачами дисциплины являются:

- овладение основными понятиями и терминологией в процессе изучения ключевых проблем современного арт-менеджмента;
- развитие кросс-культурной восприимчивости, способности к правильной интерпретации конкретных проявлений арт-деятельности в работе с субъектами различных культур;
- формирование практических навыков арт-менеджмента в разных вариантах и видах профессиональной деятельности.

В результате изучения дисциплины студент должен *знать*:

- основные теоретические понятия, рассматриваемые в рамках данной дисциплины;
- систему многообразия и вариативности типов кросс-культурного арт-менеджмента в рамках современной ситуации в мире;
- наиболее характерные черты национального и регионального своеобразия различных типов арт-менеджмента;
- специфику кросс-культурного арт-менеджмента в рамках различных социальных типов целевых групп в разных контекстах современной культуры;

приобрести навыки:

- практического анализа соотношения инновационных и традиционных тенденций культурной динамики в сфере кросс-культурного арт-менеджмента;
- культурной толерантности, делового этикета на уровне деловых контактов с представителями разных культур;
- методики ведения кросс-культурного арт-диалога, планирования, организации, реальной диагностики и корректировки процессуальных действий в сфере арт-менеджмента;
- использования национальных и общечеловеческих культурных достижений на уровне кросс-культурного арт-менеджмента в разных культурных контекстах современности.

Дисциплина «Кросс-культурный арт-менеджмент» включает в себя теоретический и практический компоненты и направлена на изучение практических возможностей арт-менеджмента в разных кросс-культурных контекстах. Значительная ее часть посвящена характеристике особенностей арт-менеджмента в системе менеджмента культуры. В процессе освоения курса предлагается ряд практических рекомендаций по осуществлению кросс-культурного арт-менеджмента в реальных условиях современности. Они позволят предвидеть и учитывать реакцию и возможные варианты поведения людей, окажутся важными для управления многонациональными коллективами, ведения переговоров, заключения сделок и в целом для формирования успешного долгосрочного сотрудничества в сфере менеджмента культуры.

Программа включает в себя темы, посвященные рассмотрению теоретических основ менеджмента культуры как системной области деятельности арт-менеджера, а также наиболее общие особенности кросс-культурного арт-менеджмента в контексте культурной вариативности.

Методы обучения в рамках данной дисциплины соответствуют общим требованиям к формированию социально-личностных компетенций выпускника и определяются такими методами, как принципы гуманизации, фундаментализации, компетентностного подхода, социально-личностной подготовки и междисциплинарности.

Методологическими особенностями дисциплины «Кросс-культурный арт-менеджмент» являются принцип активного творческого мышления, направленность обучения на формирование самостоятельности суждений, мировоззренческой позиции с применением методов «погружения», «вхождения» в разные дискурсивные пространства. Курс предполагает использование демонстрационного материала, дискуссионность общения и выполнение практических заданий в форме выступлений с презентациями и докладами.

Междисциплинарная связь данной дисциплины основана на взаимосвязи с такими дисциплинами, как «Мультимедийные технологии в продюсировании художественной деятельности», «Экономическая теория», «Культура и бизнес».

Оценка и диагностика достижений студентов выполняются поэтапно, включая выполнение практических заданий, опрос, дискуссионное обсуждение и другие формы контроля по конкретным темам учебной дисциплины.

В соответствии с учебным планом на изучение дисциплины «Кросс-культурный арт-менеджмент» предусмотрено всего 52 часа, из них 28 часов – аудиторные занятия (лекции – 20 часов, семинарские занятия – 8 часов).

Рекомендуемая форма контроля знаний – зачет.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Темы	Количество аудиторных часов		
	всего	лек-ции	сем. зан.
Введение	1	1	
<i>Тема 1.</i> Кросс-культурный арт-менеджмент как научное направление, практическая деятельность и образовательная дисциплина		1	
<i>Тема 2.</i> Менеджмент культуры как система обеспечения функционирования культуры	2	2	
<i>Тема 3.</i> Кросс-культурный арт-менеджмент в системе рынка культурных услуг и индустрии развлечений	2	2	
<i>Тема 4.</i> Основные принципы и формы арт-менеджмента в условиях экономики впечатлений и клип-культуры	2	2	
<i>Тема 5.</i> Арт-менеджмент как система психологических технологий управления и активизации творческого потенциала сотрудников	2	2	
<i>Тема 6.</i> Кризис-менеджмент в условиях кросс-культурной арт-деятельности: понятие кризиса, типология, риски и эффективное преодоление	2	2	
<i>Тема 7.</i> Специальные события и общественные мероприятия: типология, технологии, специфика кросс-культурного контекста	4	2	2
<i>Тема 8.</i> Специфика арт-менеджмента в художественном пространстве культуры и сегментах индустрии развлечений	4	2	2
<i>Тема 9.</i> Технологический арт-менеджмент: технологии художественного проектирования в условиях кросс-культурного взаимодействия	4	2	2
Итого...	28	20	8

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Введение

Культурная политика и образовательная система профессиональной подготовки менеджеров в сфере культуры в условиях рыночных отношений. Актуализация кросс-культурных исследований проблем современного предпринимательства и менеджмента в сфере культуры и искусств. Принципы глобального менеджмента культуры и международный деловой этикет. Кросс-культурный арт-менеджмент в системе гуманитарных и экономических дисциплин, основные функции курса и методология его изучения. Компетентность современного арт-менеджера и его профессионализм.

Тема 1. Кросс-культурный арт-менеджмент как научное направление, практическая деятельность и образовательная дисциплина

Процессы глобализации и антиглобализации в сфере международных контактов и менеджмента культуры. Сфера культуры и технологии менеджмента в системе научных направлений и образовательных дисциплин. Менеджмент в системе научных направлений и образовательных дисциплин подготовки специалистов сферы культуры и искусств. Специфика и особенности арт-менеджмента. Понятие кросс-культурного арт-менеджмента. Социальные, региональные, национальные составляющие кросс-культурного арт-менеджмента. Интеграция художественно-эстетической и организационно-экономической деятельности в арт-менеджменте. Особенности арт-деятельности в условиях восточной и западной региональных культур. Арт-деятельность и национальные традиции.

Тема 2. Менеджмент культуры как система обеспечения функционирования культуры

Сущность и этимология понятия «менеджмент». Соотношение понятий «менеджмент», «руководство», «управление». Функции и специфика менеджмента в сфере культуры и искусств. Эволюция технологий менеджмента культуры. Необходимость технологического представления менеджмента культуры. Система механизмов менеджмента (организационно-административный, экономический, информационный, работа с

персоналом и др.). Закономерности и принципы менеджмента в культуре. Цели и задачи менеджмента в культуре. Многообразие методов и технологий менеджмента в разных сферах культуры.

Менеджмент как система руководства и управления организациями культуры и искусства. Организационная структура управления творческими коллективами культуры и искусства. Типы организационных структур и основные составляющие организации творческого коллектива. Структурирование и планирование деятельности творческого коллектива. Тайм-менеджмент и майнд-менеджмент как факторы повышения эффективности организационной культуры в творческом коллективе. Организационные отношения в коллективе. Понятие внешней и внутренней сфер организации творческого коллектива. Многообразие видов организаций и творческих коллективов в системе менеджмента культуры. Принятие управленческого решения и его основные этапы. Роль и особенности управленческого решения в кросс-культурном арт-менеджменте.

Тема 3. Кросс-культурный арт-менеджмент в системе рынка культурных услуг и индустрии развлечений

Государственное управление и рыночное регулирование деятельности в сфере культуры. Культурная деятельность как сфера услуг и экономической деятельности. Понятие арт-менеджмента в системе экономической деятельности. Арт-менеджмент и экономика культуры. Специфика предпринимательства в культуре. Соотношение понятий «рынок» и «культура». Понятия культурного продукта и культурной услуги.

Становление арт-индустрии в сфере культуры и искусства. Базовые категории рынка и рыночных отношений в арт-индустрии. Маркетинговые исследования изучения спроса в системе арт-бизнеса. Система основных критериев и показателей рынка культурных услуг. Понятие и особенности современного состояния арт-рынка. Проблема определения критериев ценообразования на произведение искусства в системе рыночных отношений. Производство искусства как товар. Проблема ценообразования в сфере искусства в разных национальных традициях.

Тема 4. Основные принципы и формы арт-менеджмента в условиях экономики впечатлений и клип-культуры

Понятие экономики впечатлений. Массовая культура и массовое искусство как глобальная проблема XX – начала XXI в. Истоки потребительских тенденций в искусстве. Процессы «омассовления» как часть социальной стратегии, подчиненная целям управления обществом. Понятие клип-культуры как разновидности современной массовой культуры.

Стилевые и жанровые «сломы» современного искусства в условиях рыночных отношений экономики впечатлений. Культурное наследие и современное искусство в контексте потребления и производства культурных продуктов и услуг. Специфика производства, продвижения и потребления культурных услуг и продуктов в разных сферах художественной культуры. Средства массовой коммуникации и их роль в развитии и формировании рынка культурных продуктов. Рекламная индустрия в зрелищном шоу-бизнесе. Функции искусства в социуме в контексте рыночного характера культурных отношений. Продюсерская деятельность в сфере культуры. Меценатство и культура. Великие меценаты истории.

Тема 5. Арт-менеджмент как система психологических технологий управления и активизации творческого потенциала сотрудников

Арт-менеджмент как специфическая система психологических технологий управления, ориентированных на активизацию интеллектуального потенциала руководителей системы арт-менеджмента. Результативность системы психологической мотивации стимулирования. Типы манипуляции в общении. Психология делового общения и ведения международных переговоров.

Социальная стратификация и особенности арт-менеджмента с коллективами разновозрастных групп. Социальная адаптация и инкультурация в контексте оказания арт-услуг. Психология гендерных особенностей организации и проведения арт-мероприятий.

Кросс-культурный арт-менеджмент и лидерство. Понятие самопрезентации лидера. Понятие имиджа руководителя. Психология имиджа в системе эстетических законов восприятия цвета и звука. Психологические основания дресс-кода руково-

дителя творческого коллектива. Природа лидерства и национальные традиции в кросс-культурном арт-менеджменте. Формы власти и влияния в национальных традициях. Понятие стилей руководства и национальные модели управления. Психологические типы подчиненных. Творчество и производство в системе арт-менеджмента. Творческая личность в условиях экономики культуры. Возможности и границы арт-менеджмента в развитии творческой личности сотрудника.

Тема 6. Кризис-менеджмент в условиях кросс-культурной арт-деятельности: понятие кризиса, типология, риски и эффективное преодоление

Понятие кризиса и риска. Типология кризисных ситуаций в сфере культуры. Значение кризиса в системном комплексе культурной среды. Этические критерии преодоления кризиса. Кризис как стимул для преобразования и введения новых норм. Нестандартные кризисные ситуации в рамках кросс-культурного арт-менеджмента. Идентификация риска. Кризисы и коммуникационные риски в проектной деятельности арт-менеджера. Произвольные и непроизвольные риски.

Требования к коммуникации с сотрудниками и СМИ в условиях кризисной ситуации. Основные правила по предотвращению и преодолению кризисных ситуаций. Руины кризиса. Корректировка целей и задач этапов арт-проектов в условиях кризиса. Партнерские контакты в системе по преодолению кризиса. Конфликт участников арт-проекта как кризисная ситуация. Виды конфликтов в творческом коллективе и их специфика. Роль лидера в конфликтной и кризисной ситуации. Стили лидерства и ситуационный подход по преодолению кризиса. Проблема публичности конфликта в коллективе. Управление неопределенностью, реагирование, разрешение кризисной ситуации как комплекс управленческих мер и решений лидера.

Тема 7. Специальные события и общественные мероприятия: типология, технологии, специфика кросс-культурного контекста

Понятие, исторические источники и специфика Event-менеджмента. Понятие и виды специальных событий и социальных мероприятий. Основные принципы классификации специальных событий. Общие требования к подготовке и орга-

низации специальных событий. Событие как новость. Представительность и гостеприимство как необходимое коммуникативное условие успеха события. Технологии менеджмента кейтеринга в кросс-культурных контактах.

Виды специальных событий и общественных мероприятий в системе шоу-бизнеса. Понятие шоу-бизнеса. Классификация и принципы стратификации артистов в шоу-бизнесе. Понятие и система функционирования рейдеров. Шоу-бизнес в системе международных контактов. Роль коммуникаций в организации арт-мероприятий. Репутация менеджера как накопление публицитного капитала. Роль корпоративной культуры, положительного имиджа организации в наращивании публицитного капитала.

Деловое общение, деловой протокол, ведение переговоров. Культура речи. Особенности разных стилей речи. Мастерство и технология публичного выступления. Деловые документы. Организация мероприятий арт-менеджмента в сети Интернет. Использование интернета в public relations в системе арт-менеджмента. Корпоративные web-site в условиях арт-индустрии.

Тема 8. Специфика арт-менеджмента в художественном пространстве культуры и сегментах индустрии развлечений

Выставочные проекты, презентации и выставочный бизнес в разных странах мира. Организация ярмарок, аукционов, вернисажей и торгов. Продюсирование в визуальных искусствах. Особенности международных проектов визуальных искусств.

Сценический арт-менеджмент в европейском регионе. Арт-менеджмент уличного искусства. Программа «Креативный город» как комплекс муниципальных и художественных мероприятий. Международный опыт создания комплексных проектов в городской среде. Праздники, конкурсы, фестивали, церемонии в системе зрелищных мероприятий и агонистических традиций европейской культурной среды.

Продюсирование шоу-мероприятий в разных сферах музыкального искусства. Концертный арт-менеджмент на международном арт-рынке. Виды концертов в системе музыкального шоу-бизнеса. Выездные специальные события. Использование в туристической сфере художественных проектов.

**Тема 9. Технологический арт-менеджмент:
технологии художественного проектирования
в условиях кросс-культурного взаимодействия**

Творческие проекты как специфические формы культурной деятельности. Понятие арт-проекта. Виды и типы арт-проектов. Художественная ценность и социальная значимость проекта. Закономерности, технология создания и осуществления арт-проекта. Этапы и технология планирования проекта. Стратегия и тактика планирования проекта. Методика создания новых проектных идей. Предварительное описание и утверждение проекта. Документальное оформление арт-проекта. Специфика планирования в кросс-культурном арт-менеджменте. Особенности технологического арт-менеджмента в условиях взаимодействия восточной и западной культур. Особенности арт-проектов международного уровня. Бизнес-планирование и инвестиционное проектирование. Основные источники финансирования в арт-индустрии. Стратегия финансирования проекта. Понятие и технологии фандрайзинга. Особенности планирования использования СМИ в PR-компаниях. Планирование распределения и реализации билетов. Подведение итогов и контроль эффективности проекта. Понятие «руины проекта». Перспективы проекта.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная

1. *Переверзев, М. П.* Менеджмент в сфере культуры и искусства : учеб. пособие / М. П. Переверзев, Т. В. Косцов. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 192 с.

2. *Пилилян, Е. К.* Менеджмент культуры : учеб. пособие / Е. К. Пилилян. – Владивосток : Изд-во ДВГТУ, 2007. – 81 с.

3. *Тульчинский, Г. Л.* Менеджмент в сфере культуры / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб. : Лань, 2009. – 384 с.

4. *Тульчинский, Г. Л.* Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина. – СПб. : Планета музыки : Лань, 2010. – 384 с.

Дополнительная

1. *Александрова, Н.* Выставочный менеджмент / Н. Александрова, Е. Сорокина, И. Филоненко. – М. : РИА «Проекспо», 2001. – 212 с.

2. *Бурдые, П.* Рынок символической продукции / П. Бурдые // Вопросы социологии. – 1993. – № 1.

3. *Герасимов, С. В.* Массовые праздники как фактор развития социального партнерства / С. В. Герасимов. – СПб. : СПбГУКИ, 2007. – 161 с.

4. *Гордон, У.* Планирование и управление проектами для менеджеров / У. Гордон. – М. : Дело и Сервис, 2006. – 272 с.

5. *Драгичевич-Шешич, М.* Маркетинг организаций культуры / М. Драгичевич-Шешич // Арт-менеджер. – М. : Блиц-Информ, 2002. – № 1. – С. 27–28.

6. *Драгичевич-Шешич, М.* Культура : менеджмент, анимация, маркетинг / М. Драгичевич-Шешич, Б. Стойкович. – Новосибирск : Тигра, 2000. – 227 с.

7. *Жданова, Е. И.* Управление и экономика в шоу-бизнесе / Е. И. Жданова, С. В. Иванов, Н. В. Кротова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 173 с.

8. *Журавлев, П. В.* Управление человеческими ресурсами : опыт индустриально развитых стран : учеб. пособие / П. В. Журавлев. – М. : Экзамен, 2002. – 447 с.

9. Зверинцев, А. Б. Коммуникационный менеджмент : рабочая книга менеджера / А. Б. Зверинцев. – СПб. : Союз, 1997. – 267 с.

10. Клаич, Д. Будущее фестивальной формулы : быстрое увеличение / Д. Клаич // Экология культуры. – 2002. – № 3. – С. 26–30.

11. Колбер, Ф. Маркетинг культуры и искусства / Ф. Колбер ; пер. с англ. Л. Мочалова ; под ред. М. Наймарк. – СПб. : Издатель Васин А.И., 2004. – 256 с.

12. Колбер, Ф. Арт-менеджмент – наука третьего тысячелетия / Ф. Колбер, И. Эввар // Арт-менеджер. – М. : Блиц-Информ, 2002. – № 3. – С. 3–7.

13. Коновалов, А. Маленькие секреты большого шоу-бизнеса / А. Коновалов. – СПб. : Питер, 2005. – 188 с.

14. Корнеева, С. М. Музыкальный менеджмент / С. М. Корнеева. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 188 с.

15. Кунина, Э. Фестиваль : формула успеха / Э. Кунина. – Клуб. – 2003. – № 5. – С. 22–27.

16. Новикова, Г. Н. Социокультурные концепции управления в арт-менеджменте / Г. Н. Новикова // Вестник Моск. гос. ун-та культуры и искусств. – 2005. – № 2. – С. 24–30.

17. Новикова, Г. Н. Технологии арт-менеджмента : учеб. пособие / Г. Н. Новикова. – М. : Изд. дом МГУКИ, 2006. – 178 с.

18. Периль, Б. Фестивальная практика : Опыт case-study / Б. Периль // Экология культуры. – 2002. – № 3. – С. 34–40.

19. Петелен, В. Г. Основы менеджмента выставочной деятельности / В. Г. Петелен. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 448 с.

20. Сівурава, Л. П. Фестывальная дзейнасць у галіне народнай мастацкай творчасці ў Беларусі на мяжы ХХ–ХХІ стст. Вып. 4 / Л. П. Сівурава // Веснік БДУКМ. – Мінск, 2005. – С. 82–86.

21. Сівурава, Л. П. Фестывальная дзейнасць як фактар захавання і развіцця культуры ў рэгіёнах Беларусі / Л. П. Сівурава // Павышэнне ролі клубных устаноў у сацыякультурным жыцці рэгіёнаў : матэрыялы Рэсп. навук.-практ. канф., 22–23 лістап. 2006 г., г. Мінск. – Мінск : БелДШК, 2006. – С. 116–123.

22. Смелянский, Д. Я. Продюсер в театральном процессе России. Организационно-творческий аспект : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.01 / Д. Я. Смелянский ; Рос. акад. театр. иск-ва. – М., 2000. – 22 с.

23. *Туманов, И. М.* Режиссура массового праздника и театрализованного концерта / И. М. Туманов. – М. : Просвещение, 1976. – 87 с.

24. *Хальцбаур, У.* Event-менеджмент / У. Хальцбаур, Э. Йеттингер, Б. Кнаузе [и др.]. – М. : Эксмо, 2007. – 384 с.

25. *Чижииков, В. М.* Введение в социокультурный менеджмент : учеб. пособие / В. М. Чижииков, В. В. Чижииков. – М. : МГУКИ, 2003. – 382 с.

26. *Черный, Г. П.* Педагогическая технология массового праздника / Г. П. Черный. – М. : Молодая гвардия, 1990. – 160 с.

27. *Честара, Д.* Деловой этикет. Public relations : пер. с англ. / Д. Честара. – М. : Фаир, 1997. – 336 с.

28. *Чумиков, А. Н.* Связи с общественностью. Теория и практика : учеб. пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дело, 2006. – 552 с.

29. *Шароев, И. Г.* Драматургия массового действия / И. Г. Шароев. – М. : ГИТИС, 1979. – 106 с.

30. *Шмит, Б.* Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений / Б. Шмит, Д. Роджерс, К. Вроцос. – М. : Вильямс, 2005. – 400 с.

31. *Шумович, А.* Великолепные мероприятия : технологии и практика event management / А. Шумович. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2007. – 336 с.

32. *Щербакова, И.* Как стать успешным промоутером. Концертный бизнес в России / И. Щербакова, И. Бортнюк. – СПб. : Питер, 2011. – 192 с.

Учебное издание

КРОСС-КУЛЬТУРНЫЙ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ

*Учебная программа
для всех специальностей факультета традиционной
белорусской культуры и современного искусства*

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

Подписано в печать 2013. Формат 60x84 ¹/₁₆.
Бумага писчая № 2. Ризография.
Усл. печ. л. 1,03. Уч.-изд. л. 0,63. Тираж экз. Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение:
УО «Белорусский государственный университет
культуры и искусств».
ЛИ № 02330/0003939 от 19.05.2011.
Ул. Рабкоровская, 17, 220007, г. Минск.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ