

Учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по научной работе
БГУКИ


_____ В.Р.Языкович

_____ 2019 г.

Регистрационный № УД-94/1 эуч.

МЕТОДОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ АРТ-ПРОЕКТОВ

*Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине*

*для специальности высшего образования II ступени
(магистратура)*

1-20 80 01 Арт-менеджмент

2019

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 1-20 80 01-2019 и учебного плана по специальности высшего образования II ступени (магистратуры) 1-20 80 01 Арт-менеджмент, рег. № С20-2-26/уч. 18.04.2019

СОСТАВИТЕЛЬ:

Е.А. Макарова, профессор кафедры менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Н.В. Самерсова, профессор кафедры педагогики социокультурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук, доцент;

М.И. Козлович, проректор по учебной и научной работе частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М. Широкова»,

В.Н. Шевелев, заместитель начальника отдела государственных, специальных и культурно-зрелищных мероприятий государственного учреждения «Дворец Республики» Управления делами Президента Республики Беларусь, кандидат искусствоведения, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой менеджмента социально-культурной деятельности Учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 10 от 02.05.2019);

президиумом научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол №5 от 12.06.2019)

Ответственный за выпуск: *Е.А. Макарова*

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

«Методология разработки арт-проектов» – учебная дисциплина для студентов специальности высшего образования II ступени (магистратура) «Арт-менеджмент».

Актуальность изучения данной учебной дисциплины продиктована новизной социокультурной ситуации постиндустриального общества, определивший новый виток в развитии искусства. Процессы глобализации, постмодернизма привели к появлению новых видов и средств коммуникации, утверждению роли искусства в информационной, коммуникативной функциях, включению произведений искусства в художественный рынок.

Цель учебной дисциплины – формирование профессионального мировоззрения и методологических подходов, направленных на теоретическое осмысление и практическое исполнение задач по управлению проектами в сфере искусства;

Задачи учебной дисциплины:

– подготовка арт-менеджеров, способных разрабатывать инновационные проекты по формированию креативного культурного пространства как ценности и национального достояния, создавать условия для реализации культурного и духовного потенциала нации;

– систематизация и расширение теоретических знаний магистрантов о закономерностях развития сферы арт-менеджмента, осмысление ими методологических, теоретических и технологических сторон функционирования арт – менеджмента в современном обществе.

Учебная программа по учебной дисциплине разработана с учетом требований, предъявляемых к подготовке специалистов высшей квалификации. Учебная дисциплина разработана в соответствии с профилизацией «Проектный менеджмент в сфере искусства» образовательной программы специальности высшего образования II ступени (магистратура) 1-20 80 01 Арт-менеджмент и направлена на формирование знаний, умений и навыков, необходимых для решения теоретических и практических задач в области арт-проектирования.

Содержание учебной дисциплины отвечает требованиям стандарта, предусматривающего формирование компетенций по разработке и продвижению арт-проектов на рынок культурных продуктов и услуг; научно-педагогической деятельности, направленной на освоение закономерностей и механизмов управления в сфере культуры и искусства посредством реализации арт-проектов, применение современных технологий проектного менеджмента в сфере культуры и искусств. Связь между отдельными темами предполагает логическую связь между изучением основ проектного менеджмента культуры вообще и арт-проектирования в частности, усвоение основ и главных теоретических составляющих системы проектного менеджмента в сфере искусства и культуры.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста.

Учебная дисциплина направлена на научно-инновационную деятельность, обеспечивающую управление художественными процессами, процессами производства и потребления художественных ценностей, разработку и продвижение арт-проектов на рынок культурных продуктов и услуг, научно-педагогическую деятельность, направленную на освоение закономерностей и механизмов управления в сфере культуры и искусства посредством реализации арт-проектов.

Учебная дисциплина «Методология разработки арт-проектов» входит в компонент учреждения образования учебного плана и является базовой учебной дисциплиной образовательной программы по подготовке арт-менеджеров.

Учебная дисциплина «Методология разработки арт-проектов» призвана обогатить опыта проектной художественно-творческой деятельности, а также вооружить магистрантов знаниями по продвижению и эффективной реализации культурных проектов в условиях рыночной экономики на современном этапе.

В результате изучения учебной дисциплины магистрант должен быть подготовлен к решению следующих задач профессиональной деятельности:

- концептуально-теоретическое и научно-методическое сопровождение инновационных арт-проектов;
- владение образовательными технологиями формирования профессиональных компетенций будущих специалистов сферы культуры и искусства;
- использование научных концепций, подходов и технологий управления проектами в сфере культуры и искусства.

Магистрант, освоивший содержание учебной дисциплины должен обладать следующими углубленными профессиональными и специализированными компетенциями:

УПК-1 Уметь выявлять социодинамику процессов в сфере культуры и искусства;

СК-3 Быть способным осуществлять маркетинговые исследования и владеть навыками продвижения арт-проектов на рынок потребителя;

СК-5 Владеть навыками проектной деятельности в сфере искусства.

Связи с другими учебными дисциплинами

Учебная дисциплина «Методология разработки арт-проектов» тесно связана с такими учебными дисциплинами учебного плана, как «Методология анализа феномена художественной культуры», «Теория и методология арт-менеджмента», «Проектный менеджмент в региональной культуре».

Учебным планом на изучение учебной дисциплины всего предусмотрено 108 часов, из них 52 часа – аудиторные занятия, 56 часов – самостоятельная работа. Примерное распределение аудиторных часов по

видам занятий в дневной форме обучения: лекции – 28 часов, семинарские занятия – 8 часов, и практические занятия – 16 часов. В заочной форме обучения предусмотрено следующее распределение аудиторных часов по видам занятий: лекции – 8 часов, семинары и практические занятия – 8 часов. Рекомендуемая форма контроля знаний студентов – экзамен.

Форма получения высшего образования.

Данная учебная дисциплина изучается как дневной, так и в заочной форме получения образования специальности высшего образования II степени (магистратура) 1-20 80 01 Арт-менеджмент. В соответствии с учебным планом учебная дисциплина «Методология разработки арт-проектов» изучается во втором семестре.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение в учебную дисциплину «Методология разработки арт-проектов»

Предмет, цели и задачи дисциплины. Основные литературные источники.

Проект как особая форма организации культурной деятельности. Проект как временное предприятие, направленное на создание уникальных продуктов и услуг. Сущность социально-культурного проектирования как специализированной области научного знания.

Арт-менеджмент как проектная деятельность, реализуемая в сфере культуры и искусства по законам рыночных отношений и маркетинговых коммуникаций. Арт-менеджмент как цепочка проектов, действий, регламентированных в пространстве и во времени, направленных на достижение цели в совместной художественно-творческой деятельности группы людей.

Арт-проект как новый вид творческого продукта, предполагающий воплощение художественных идей и реализацию творческих замыслов. Арт-проект как социальное действие соответствующее прогрессивным процессам современного общества и культурным запросам потенциальных потребителей. Преимущества технологии проектирования по сравнению с другими методами целенаправленных социокультурных изменений.

Методология как система научных методов исследования, характерная для большой исторической эпохи, отдельной научной дисциплины, научной школы. Методология арт-менеджмента как симбиоз из известных методологических построений и практических инструментов управления проектами. Методология PMI. Методология [IW](#) [URM](#) (UniqueReliableMethod). Процесс управления проектами [TenStep](#), Методология [P2M](#).

Теоретические, методологические и методические проблемы художественного проектирования. Междисциплинарный подход к исследованию арт-проектирования. Методы исследования проектной деятельности в сфере искусства.

Тема 2. Проектный менеджмент в сфере искусства. Основные направления проектной деятельности в сфере искусства.

Проектный менеджмент, projectmanagement (PM) как процесс достижения той или конкретной цели в заданных рамках (временных, бюджетных и пр.).

Возникновение projectmanagement. Projectmanagement как синтетическая дисциплина, объединяющая профессиональные и специальные знания. Как искусство руководства по координации усилий людей и использованию ресурсов. Projectmanagement универсальная технология эффективного управления изменениями.

Projectmanagement как инструмент реализации новаторских замыслов и высокоэффективных технологий управления. Управление проектами или проектный менеджмент как наиболее перспективный и эффективный метод управления. Проект как целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов. Логико-структурный подход к реализации проектов. Проект как организационно-управленческая форма культурной деятельности.

Проект – документ, определяющий направления действий и формы управления ими, стратегические цели планирования предстоящей работы и тактические задачи. Функции и принципы проектного управления. Многообразие арт-проектов в сфере искусства. Направления проектной деятельности в разных видах художественной практики. Проектная деятельность в исполнительских, сценических и визуальных видах искусства. Арт-проекты в сфере индустрии развлечений, ивент-индустрии, в учреждениях культуры и досуга.

Тема 3. Арт-проектирование как научно-инновационная деятельность

Арт проект – это инновационная, творческая, рассчитанная на определенный период в определенных условиях, при наличии определенных ресурсов. Проектная деятельность как специфическая форма творчества, универсальное средство развития человека.

«Инновация» (от лат. «novatio») как обновление, ведущее к совершенствованию существующей системы. Проектирование – творческое усилие, направленное на получение нового, экстраординарного духовно-материального результата в виде технологии, модели, произведения-продукта, услуги. Творчество как производство принципиально нового, не имеющего прецедентов в человеческом опыте, как преодоление того, что подвергнуто регламентации, как выход за пределы существующих границ и установление новых, ограничивающих область заинтересованного внимания человека к миру.

Арт-проектирование как форма опережающего отражения действительности в образах, символах, знаках и т.д. Воображение, интуиция, инсайт в разработке концептуальной основы арт-проекта. Арт-проектирование как прогностическая функция управления.

Разнонаправленные процессы в арт-проектировании: вектор креативности и вектор структурирования. Соотношение традиций и новаций в искусстве. Роль инновационных арт-проектов в развитии художественной культуры. Проблема культурных заимствований.

Тема 4. Маркетинговые исследования в арт-проектировании

«Маркетинг – процесс планирования и исполнения концепции, ценообразования, продвижения и распространения идей, товаров и услуг для реализации процессов обмена, удовлетворяющих цели отдельных лиц и организаций» (Lankaster, 2002.- с.3) Маркетинг как комплекс

организационных, экономических, рекламных и инновационных мер, которые обеспечивают устойчивый сбыт арт-продукта. Коммерческая сфера искусства и маркетинг.

Маркетинговая функция арт-менеджмента. Характеристика сегментов рынка и основных потребителей художественно-творческой продукции. Ориентация на потребителя как сущность современного подхода к маркетингу искусств. Понятие «сегментация рынка в сфере культуры и искусства» как разделение на части (сегменты) по признакам и с учетом определенных услуг, оказываемых учреждениями культуры и искусства.

Арт-маркетинг. Социальный маркетинг. Маркетинг некоммерческих организаций сферы искусства. Маркетинг сферы искусства по видам. Маркетинг музеев, галерей. Маркетинг театров. Маркетинг территорий. Маркетинг произведений искусства. Маркетинговая среда организаций искусства. Условия эффективного использования маркетинга в сфере искусства. Стратегии маркетинга в сфере арт-индустрии.

Арт-продукт как основной компонент маркетингового комплекса. Три основных компонента продукта: основной продукт или сам объект; сопутствующие услуги; ценность (символическая, эмоциональная). Измерения культурного продукта: сравнительное, техническое, эмоциональное.

PR и реклама как инструменты маркетинга культуры и искусства. Способы позиционирования предмета художественно-творческой деятельности и арт-продукта, механизмы продвижения художественно-творческой продукции на арт-рынок. Факторы эффективного продвижения арт-проекта.

Тема 5. Моделирование арт-проекта как научно-практическая деятельность

Арт-менеджмент как научно-практическая деятельность, обеспечивающая управление художественными процессами, процессами производства и потребления художественных ценностей, разработку и продвижение арт-проектов на рынок культурных продуктов и услуг.

Социально-культурное проектирование как звено в цепи: «прогноз – проект – программа – план» (по М.А.Ариарскому). Проектирование как научно-практическая деятельность, как функционально-временная последовательность социальных действий.

Содержание и структура модели арт-проекта. Этапы моделирования арт-проекта: анализ ситуации, определение и характеристика аудитории проекта; целеполагание, инструментальное оснащение проекта, ресурсное обеспечение проекта.

Построение проекта как определенным способом упорядоченная деятельность субъекта проектирования. Методы проектирования: метод матрицы идей, метод вживания в роль, метод аналогии, метод ассоциации,

метод мозгового штурма, метод синектики. Технологии СКД в структуре арт-проекта. Методики - это способы достижения цели; Варианты реализации проекта: оптимистический, пессимистический и наиболее вероятностный.

Ресурсный потенциал арт-проектирования. Материально-технические ресурсы. Экономические ресурсы. Информационные ресурсы. Кадровые ресурсы. Организационные ресурсы. Социальные ресурсы.

Тема 6. Концептуально-теоретическое обоснование арт-проекта

Концепция как система взглядов, выражающая определенный способ видения, понимания, трактовки каких-либо предметов, явлений, процессов и презентующая ведущую идею или конструктивный принцип реализации замысла.

Концептуально-теоретическая функция арт-менеджмента. Художественный проект как своеобразный ответ на «социальный заказ» общества, отклик в художественной форме на то или иное социальное явление. Сочетание творческих, технических, финансовых и рыночных аспектов деятельности.

Идея как синтезирующий элемент, как основа художественного проекта. Творческий проект – результат художественно-творческой деятельности от авторского замысла до воплощения, в которой реализуются все управленческие функции, объединенные в одно целое. Технология художественного проектирования: от идеи и концепции проекта к реализации культурных замыслов.

Арт-проект как способ эстетического освоения действительности и удовлетворения эстетических потребностей аудитории. Произведения искусства как «потенциальная художественная ценность» (контекст – текст – подтекст). Внутренний мир личности как конечный пункт движения художественных ценностей (Столвич)

Процесс творчества (создание художественных ценностей, их интерпретации) и процесс организации творчества (создание условий для творчества и обеспечение их функционирования, потребление и распространение). Арт-проектирование как деятельность по преобразованию существующей действительности на основе художественного замысла, как творческий замысел, выраженный в конкретной художественной форме. Вдохновение, интуиция и инсайт в структуре творческого процесса. Структура замысла арт-проекта.

Художественная ценность и социальная значимость проекта как направления деятельности по сохранению и развитию художественной культуры, социальных институтов культуры и искусства современного социума.

Тема 7. Социологические и статистические параметры разработки арт-проектов

Характерные особенности социологического исследования феноменов художественной культуры. Отражение социальных запросов и проблем в культурной жизнедеятельности как поле исследования в социологии художественной культуры.

Социология искусства как отрасль социологии, изучающая проблемы социального функционирования искусства и разнообразные формы взаимодействия искусства и общества. Теоретическое и эмпирическое направления в социологии искусства.

Понятие «художественный мир» как категория социологии искусства, объединяющий в систему такие понятия, как «искусство», «художественная культура» и «художественная жизнь».

Основные блок-компоненты системы художественной культуры в соответствии социальными функциями искусства: художественное производство, художественное познание, художественная критика, художественная коммуникация и художественное потребление (по Глотову М. Б. «Художественный мир как категория социологии искусства»).

Художественные потребности аудитории как структурообразующий фактор строения потенциального художественного мира. Опыт социологических исследований в сферы белорусской культуры и искусства В. Ивченко, И. Голубевой, Д. Яконюка, Ф. Ястреба.

Социальная статистика - отрасль (раздел) статистики, изучающая количественно-качественные характеристики массовых социальных явлений и процессов. Социальная статистика и разграничение населения по различным признакам и демографическим процессам. Социальная статистика как воспроизведение картины образа жизни человека. Уровень жизни – как важнейшая социальная категория. Социальные нормативы как научно обоснованные направления социальных процессов в обществе.

Использования статистической методологии в обосновании и оценке результативности социальных проектов и программ: характеристика основных направлений.

Тема 8. Режиссерско-технологические основы арт-проектирования

Создания арт-проекта как последовательность реализации режиссерско-технологических этапов художественной деятельности. Основные технологические этапы режиссерской разработки проекта.

Принципы режиссуры зрелищных форм как художественные закономерности режиссерской организации драматургического сценарного материала. Трансформация сценарного замысла в режиссерский замысел.

Режиссерский замысел как своеобразный проект постановки, эквивалентный драматургическому материалу. Сценарно-режиссерский ход как своеобразное движение авторской концепции, направленной на достижение художественного, эмоционального воздействия на аудиторию.

Подчиненность художественной выразительности авторскому сценарно-режиссерскому замыслу. Процесс реализации замысла как воспроизведение средствами режиссуры внешнего чувственно-конкретного образа действительности. Средства художественной выразительности в арт-проектировании. Художественная образность зрелищной программы.

Характеристика состава постановочной группы зрелищного мероприятия. Репетиция (от лат. *repetitio* – повторение) – основная форма подготовки (под руководством режиссера) театральных, эстрадных, цирковых представлений, концертно-зрелищных программ.

Реализация сценического арт-проекта как итог организационно-творческой работы режиссера. Профессиональные функции арт-менеджера в создании зрелищных арт-проектов.

Тема 9. Бизнес-планирование в структуре арт-проекта

Проект как универсальный алгоритм создания оптимальных моделей решения бизнес-задач в сфере культуры и искусства. Проект как средство получения инвестиций и инструмент нахождения путей финансирования определенной деятельности.

Финансовый менеджмент арт-проектов. Основные виды финансовой поддержки проекта. Финансирование проектов государственными учреждениями и организациями. Кредитование и инвестирование. Спонсорство. Механизмы взаимодействия с инвесторами и меценатами. Внедрение технологий спонсоринга, лизинга, краудфандинга, фандрайзинга, мерчендайзинга и др.

Бизнес-планирование как неотъемлемая составляющая деятельности организации. Функции и задачи бизнес-планирования.

Бизнес-план как финансово-экономическая часть проекта с указанием стоимости всех видов работ, связанных с осуществлением проекта и указанием конкретных источников финансирования. Разработка и реализация бизнес-плана, составления сметы, статьи доходов и расходов, отчисления на налоги и др. Основные функции бизнес-плана.

Коммерческая и финансово-экономическая функция арт-менеджмента. Деятельность арт-менеджера по решению комплекса экономико-финансовых вопросов художественного проектирования.

Пути возможной самокупаемости затрат. Штатное расписание и заработная плата персонала. Этап непосредственного производства и вторичного финансирования проекта.

Тема 10. Управление проектами в сфере искусства

Управление проектами как область деятельности, в ходе которой определяются и достигаются цели [проекта](#) при балансировании между объёмом работ и ресурсами. Управление проектами как часть системы [менеджмента](#) организации или предприятия.

Реализация проектно-управленческой функции и формировании проекта как художественно-творческой продукции. Реализация проекта как совокупность действий, направленных на реализацию целей проекта.

Ключевые факторы успеха проектного управления. Методики структуризации и сетевого планирования как основа методов управления проектами. Классическая форма тройственной ограниченности: содержание проекта, время, стоимость.

Подходы к управлению жизненным циклом проекта. Процедуры управления проектом по методологии PMBOK, по методологии SCRUM, по методологии IPMA, по методологии по методологии PRINCE2 и т.д.

Стандарты управления проектами. Группы оценок успешности проекта. Системный подход к управлению проектами: цель-ресурсы-план-решение-реализация. Использование информационных технологий в управлении арт-проектами.

Тема 11. Проектная культура арт-менеджера

Способность к проективной деятельности как основополагающая характеристика «человека культурного» (Бирженюк, Марков). Эстетическая составляющая проектной культуры личности.

Проектно-технологическая функция арт-менеджента. Научная и практическая актуальность функций арт-менеджера в структуре проектной деятельности. Функции арт-менеджера по управлению проектом.

Проектная культура арт-менеджера как субъекта проектной деятельности. Основополагающие компетенции арт-менеджера как субъекта проектной деятельности в сфере искусства. Требования к компетентности специалистов по проектному менеджменту (BodyofKnowledge/Сводах Знаний).

Факторы эффективности управленческой функции современного арт-менеджера как субъекта проектной деятельности. Развитие проектных способностей личности как предпосылка успешной инновационной и креативной арт-менеджера. Арт-менеджер как лидер проектной деятельности.

Юридически-правовая и этически-правовая функции арт-менеджера как субъекта проектной деятельности.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Дневная форма получения образования

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР	Форма контроля
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7
1	Введение в учебную дисциплину «Методология разработки арт-проектов»	2				
2	Проектный менеджмент в сфере искусства. Основные направления проектной деятельности в сфере искусства	2		2		
3	Арт-проектирование как научно-инновационная деятельность	2	2			
4	Маркетинговые исследования в арт-проектировании	2			2	Разработка плана маркетинговых действий по продвижению проекта
5	Моделирование арт-проекта как научно-практическая деятельность	2	2	2	6	Разработка модели арт-проекта
6	Концептуально-теоретическое обоснование арт-проекта	2				
7	Социологические и статистические параметры разработки арт-проектов	2	2			
8	Режиссерско-технологические основы арт-проектирования	2	6		2	Анализ технологий реализации по схеме
9	Бизнес-планирование в структуре арт-проекта	2				
10	Управление проектами в сфере искусства	2	2	2		
11	Проектная культура арт-менеджера	2				
ВСЕГО:		22	14	6	10	

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Заочная форма получения образования

Номер темы	Названиетемы	Количество аудиторных часов	
		Лекции	Практические занятия
1	2	3	4
1	Введение в учебную дисциплину «Методология разработки арт-проектов»	2	
2	Проектный менеджмент в сфере искусства. Основные направления проектной деятельности в сфере искусства	2	2
3	Моделирование проекта как научно-практическая деятельность (Концептуально-теоретическое обоснование арт-проекта)	2	2
4	Режиссерско-технологические основы арт-проектирования	2	2
5	Управление проектами в сфере искусства. Проектная культура арт-менеджера.		2
ВСЕГО:		8	8

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная:

1. Ариарский, М.А. Прикладная культурология / М.А.Ариарский. – 2-е изд., испр. и доп.– СПб.: ЭГО, 2001. – 288 с.
2. Арт-менеджмент : учеб.пособие / [Л. Н. Жуковская, С. В. Костылев, В. С. Лезан и др.]; Мин-во образования и науки Рос. Федерации, Сиб. федер. ун-т. – Красноярск : СФУ, 2016. – 185 с.
3. Арт-менеджмент : учеб.пособие / А. Б. Титов [и др.]. – СПб. : СПбГИПСР, 2016. – 227 с.
4. Бирженюк, Г.М. Основы социокультурного проектирования: учеб.пособие/ Г.М.Бирженюк, А.П.Марков. – СПб.:Санкт-Петербург, гуманитарный ун-т профсоюзов. 1998. –138.
5. Взятых, В.Ф. Введение в методологию инновационной проектной деятельности: Учебник для вузов/ В.Ф. Взятых,– Москва: «ЕЦК». -- 2002.—453 с.
6. Жданова, Е. И. Основы арт-менеджмент а : учеб.пособие / Е. И. Жданова. – М. : МГУКИ, 2008. – 116 с .
7. Гонтарева, И.В., Нижегородцев, Р.М. Управление проектами: Учебное пособие/ И.В. Гонтарева, Р.М. Нижегородцев. – Москва: ЛИБРОКОМ, 2013. -- 384 с.
8. Жданова Е.И. и др. Менеджмент шоу-бизнеса.Учеб. пособие. – М.: МГУК,1997
9. 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. – 176с.,
10. Жданова, Е.И., Акчурина А.К. Основы промоутерской деятельности в музыкальном шоу-бизнесе: учеб.пособие. / Е.И. Жданова А.К. Акчурина– М.: МГУКИ, 2002.
11. Киселева, Т.Г. Социально-культурная деятельность: Учебник/ Киселева Т.Г., Красильников Ю.Д.– М.: МГУКИ, 2004.– 436с.
12. Корнеева, С.М. Музыкальный менеджмент: учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности”Музыкальный менеджмент”/ С.М.Корнеева. – М.:ЮНИТИ-ДАНА,2006.—303 с.
13. Кошелев, А.Н. PR-проектирование: от идеи до воплощения в реальность/ А.Н. Кошелев, 2-е изд.(изд:2). – Москва: Дашков и К, 2013. – 304 с.
14. Луков, В. А. Социальное проектирование : учебное пособие / В. А. Луков. - 4-е изд., испр. - Москва : Издательство Московской гуманитарно-социальной академии : Флинта, 2003. - 239 с.
15. Мазур, И.И. Эффективный менеджмент/ И.И.Мазур, В.Д Шапиро, Н.Г. Ольдерогге. – М.: Высшая школа, 2005. – 555 с.

16. Макарова, Е.А. Теория и технологии арт-менеджмента: научно-методическое пособие/ Е.А.Макарова. – Минск: Институт культуры Беларуси, 2013.-132с.

17. Макарова, Е.А. Технологии арт-менеджмента: методическое пособие для работников культуры / Е.А.Макарова. — Минск : ГУК «Минский областной центр народного творчества», 2014. –160 с.

18. Марков, А.П. Основы социокультурного проектирования/А.П. Марков, Г.М.Бирженюк: Учебное пособие.– Санкт-Петербург, 1997. –

19. Медынский, В.Г. Инновационный менеджмент : учебник / В. Г. Медынский. - Москва : ИНФРА-М, 2009. - 293 с.

20. НАРАМА: этический кодекс арт-менеджера / Арт-менеджер / Журнал для профессионалов. – М.: ЗАО "Холдинговая Компания " "Блиц-Информ", 2002. – № 1. – С.27 – 28.

21. Переверзев, М.П. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебное пособие/М. П. Переверзев, Т. В. Косцов. – Москва: ИНФРА-М, 2007. – 189 с.

22. Романова, М.В. Управление проектами: Учебное пособие.–ил. – (Высшее образование). / М.В. Романова. – Москва: ИД ФОРУМ, 2014. – 256 с.

23. Суминова, Т.Н. Арт-менеджмент: реализация государственной политики в сфере культуры и искусства: Монография/ Т.Н.Суминова. – М.:Академический проект, 2017. – 167 с.

24. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина. - Санкт-Петербург ; Москва ; Краснодар : Планета музыки: Лань, [2010]. - 381 с.

25. Тульчинский, Г.Л. Менеджмент в сфере культуры. / Г.Л.Тульчинский. – СПб.: Издательство “Лань”, 2001. – 384 с.

26. Чижиков, В.М., Чижиков В.В. Введение в социокультурный менеджмент: Учебное пособие/ В.М. Чижиков, В.В. Чижиков.– М.: МГУКИ, 2003.– 382 с.

27. Шарков, Ф.И. Интегрированные PR-коммуникации: Связи с общественностью как компонент интегрированных маркетинговых коммуникаций / Ф.И.Шарков. – М.: РИП-холдинг, 2004. – 272 с.

Дополнительная:

1. Бестужев-Лада И.В., Наместникова Г.А. Технологии прогнозных разработок социальных проектов. – М.: Поиск, 1992. – 123 с.

2. Булавина, Д. М. Проектная деятельность в сфере культуры как механизм реализации культурной политики тема/ автореферат дисс. кандидата культурологии - 24.00.01. – М.,2007. – 22 с.

3. Войтковский, С.Б. Основы менеджмента и практический менеджмент в искусстве / С.Б. Войтковский. – М., 2000. – 232 с.

4. Войтковский, С. Б. Основы менеджмента и проектный менеджмент в искусстве / С. Б. Войтковский. – М. : НАМ - ИЗ ДАТ, 2001. – 128 с.
5. Государство и менеджер культуры: перспективы взаимоотношений / Арт-менеджер / Журнал для профессионалов. – М.: ООО "Бакинвест" 2003. – № 2 (5).– С. 19–22.
6. Готин, С.В. Логико-структурный подход и его применение для анализа и планирования деятельности/С. В.Готин, В. П. Калоша. — Москва: ООО «Вариант», 2007. — 118 с.
7. Драгичевич–Шешич, М. Маркетинг организаций культуры / Арт – менеджер / Журнал для профессионалов. – М.: ЗАО "Холдинговая Компания "Блиц-Информ", 2002. – № 1. – С.27– 28.
8. Драгичевич-Шешич, М. Культура: менеджмент, анимация, маркетинг / М.Драгичевич-Шешич, Б. Стойкович. — Новосибирск, 2000. – 240 с.
9. Жаркова, А. А. Философские аспекты моделирования культурных проектов : автореферат диссертации ... кандидата философских наук : 24.00.01 / А. А. Жаркова - Москва : ИОН. -- 2006. - 21 с.
10. Какой быть ассоциации менеджеров культуры. Перспективы создания / Арт-менеджер / Журнал для профессионалов. – М.: ЗАО "Холдинговая Компания " Блиц-Информ", 2002. – № 3. – С. 18–23.
11. Кендалл, И., Роллинз, К. Современные методы управления портфелями проектов и офис управления проектами/ Кендалл И., Роллинз К.. – М.:ПМСОФТ, 2004.—136 с.
12. КодэксРэспублікі Беларусь аб культуры [Электроннырэсурс] : 20 ліп. 2016 г., № 413-3 : прынятыПалатайпрадстаўнікоў 24 чэрв. 2016 г. : Адобр. СаветамРэсп. 30 чэрв. 2016 г. // Нац. РээстрправавыхактаўРэсп. Беларусь. – 2016. – № 31. – 2/2412.
13. Колбер, Ф. Маркетинг культуры и искусства/Ф.Колбер / Пер. с англ. Л.Мочалова.; Под редакцией М.Наймарк. – СПб.: Издатель Васин А.И., 2004.– 256 с.
14. Колбер, Ф. Арт–менеджмент – наука третьего тысячелетия / Арт-менеджер / Журнал для профессионалов /Ф. Колбер, И.Эввар. – М.: ЗАО "Холдинговая Компания " Блиц-Информ", 2002. – № 3. – С.3 –7.
15. Командышко, Е. Ф. Арт-менеджмент: специфика, проблемы, перспективы развития/ Е.Ф. Командышко. – М: ИХО РАО, 2009. – 216 с.
16. Костылев, С.В. Арт-менеджмент как комплексная система управленческой деятельности в области культуры, искусства и образования/ С.В.Костылев // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 1.; <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=11971> (дата обращения: 16.12.2019).
17. Лазука, Б.А.Тэатры і канцэртныяарганізацыі / Беларуская культура сёння / Б.А. Лазука. Гадавыагляд (2002) . – Мн.: БелДІПК. – С.39-44.
18. Локир, К. Управление проектами = ProjectManagementandProjectNetworkTechniques : ступени высшего

мастерства / К. Локир, Джеймс Гордон ; [пер. с англ. А. Г. Петкевич ; науч. ред. М. В. Дегтярева]. - Минск: ГревцовПаблішер, 2008. - 339 с.

19. Матвеев, А.А., Модели и методы управления портфелями проектов/ А.А. Матвеев, Д.А. Новиков, А.В. Цветков – Москва: ПМСОФТ -- 2005.— 231 с.

20. Митчел, Р. Проектный менеджмент и знание рынка / Р. Митчел // Экология культуры. - 1999. – N 2. - С. 73-79.

21. Новаторов, В.Е. Менеджер социально-культурной деятельности: поступление, обучение, карьера / В.Е. Новаторов / Издание третье, переработанное и дополненное. Омск: ОмГУ, 2004. – 115 с.

22. Новикова, Г.Н. Социокультурные концепции управления в арт-менеджменте/ Г.Н. Новикова // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2005.– № 2. – С.

23. Новикова, Г.Н. Технологии арт-менеджмента: учебное пособие / Г.Н.Новикова. – М.: Издательский Дом МГУКИ, 2006. – 178с.

24. Петелин, В.Г. Выставочный менеджмент: технологии и ноу-хау/ В.Г. Петелин— Москва: ИПКИР, 2002.—231 с.

25. Почепцов, Г.Г. Паблик рилейшнз, или Как успешно управлять общественным мнением / Г.Г.Почепцов. – 3-е изд., испр. и дополн. – М.: Центр, 2004. – 336 с.

26. Пригожин, И.И. Политика – вершина шоу-бизнеса / И.И.Пригожин.–М.: ООО "Алкигамма", 2001. –320 с.

27. Reiss A.H. 1974. The Arts Management Handbook, 2nd ed. New York: Law-Arts Publishers (1sted/1979).

28. Серёгина В. В., Серёгина Е. А., Шаповалова Л. Н. Современное социальное проектирование и его методики // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 23. – С. 88–92. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/56399.htm>.

29. 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.

30. Суминова Т. Н. Арт-менеджмент как социокультурный концепт // Вестник МГУКИ.2011.№3.С. 122.

31. Уэбстер, Г., Планирование и управление проектами для менеджеров / Г.Уэбстер.—Москва: Дело и Сервис, -- 2006.—272 с.

32. Экспацыя ў музейнай прасторы: праектны менеджмент / Інстытут культуры Беларусі ; [уклад. і агул. рэд. І. Б. Лапцёнак ; сярод рэц.: М. А. Бяспалая]. - Мінск : [б. в.], 2012. - 95 с.

Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине «Методология разработки арт-проектов»»

Самостоятельная работа студентов II ступени высшего образования является частью образовательного процесса и выступает в качестве стимулирующего средства развития их готовности к профессиональному самообразованию, а также приобретению знаний и навыков, соответствующих компетентностному подходу к структуре высшего профессионального образования –квалификации магистра.

Самостоятельная работа магистранта направлена на систематизацию и закрепление полученных углубленных теоретических знаний и практических умений, формирование навыков самостоятельного решения практических задач.

Самостоятельная работа магистрантов по данной дисциплине предполагает использование таких ее форм, как конспектирование лекций, контент-анализ публикаций по проблемам арт-менеджмента и продюсерской деятельности; культурологический анализ художественно – творческих проектов белорусского и российского телевидения; подготовка презентационных материалов по обобщению опыта реализации арт-проектов в разных видах художественной практики; включенное и не включенное наблюдение за процессом реализации арт-проектов и т.д.

Управляемая самостоятельная работа предполагает выполнение следующих заданий:

- разработать модель арт-проекта (тематика проекта зависит от профессиональных интересов студента), обосновать его социальную и художественную значимость, финансовую выгоду.

- разработать план маркетинговых действий по продвижению арт-проекта на рынок культурных услуг.

- осуществить анализ технологий реализации 3-х телевизионных арт-проектов по предлагаемой схеме.

Перечень рекомендуемых средств диагностики знаний магистрантов по учебной дисциплине «Менеджмент концертно-зрелищной деятельности»

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

- фронтальная беседа в ходе лекции;

- устный опрос во время семинарских занятий;

- подготовка выступлений с докладами по выбранной проблематике;

- подготовка мультимедийных презентаций полученных результатов самостоятельной работы;

- творческие задания, связанные с анализом просмотренных концертных программ различных жанров;

- проблемно-поисковая работа в группах;
- решение ситуативных задач;
- участие в научно-исследовательской деятельности;
- итоговый контроль в форме экзамена.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ