

**Министерство культуры Российской Федерации**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**  
**ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«ХАБАРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»**  
**(ХГИК)**

**Кафедра социально-культурной деятельности**

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор ХГИК

\_\_\_\_\_ Е.В.Савелова

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Уровень бакалавриата**  
(2020 год набора, очная форма обучения)

**Направление подготовки**  
51.03.03 Социально-культурная деятельность

**Профиль подготовки**  
Постановка и продюсирование культурно-досуговых программ

**Хабаровск**  
**2020**

Составитель:

Теньшова Ольга Николаевна к.п.н. доцент кафедры социально-культурной деятельности

Добрых Алексей Вячеславович к.с.н. доцент кафедры социально-культурной деятельности

Рабочая программа дисциплины «Арт-менеджмент» рассмотрена и одобрена на заседании кафедры социально-культурной деятельности «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ протокол № \_\_\_\_

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ДИСЦИПЛИНЕ .....</b>	<b>4</b>
1.1 Наименование дисциплины.....	4
1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
1.3 Цель освоения дисциплины.....	4
1.4 Планируемые результаты обучения по дисциплине .....	5
<b>2. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>14</b>
2.1. Объем дисциплины .....	14
2.2 Тематический план (ОФО) .....	15
2.3. Краткое содержание тем.....	17
<b>3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....</b>	<b>23</b>
3.1. Планы семинарских занятий .....	23
3.2. Примерный перечень вопросов по курсу .....	25
<b>4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>26</b>
<b>5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ .....</b>	<b>29</b>
5.1 Перечень компетенций и этапы их формирования.....	29
5.2. Показатели и критерии оценивания компетенций.....	31
5.3 Материалы для оценки и контроля результатов обучения .....	32
5.4. Методические материалы по оцениванию результатов обучения .....	35
<b>6. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ .....</b>	<b>37</b>
6.1 Основная и дополнительная учебная литература .....	37
6.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»....	38
6.3. Информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы .....	39
6.4 Материально-техническая база.....	40
<b>7. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА.....</b>	<b>40</b>
<b>8. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ (ОВЗ).....</b>	<b>42</b>

## **1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ДИСЦИПЛИНЕ**

### **1.1 Наименование дисциплины**

Рабочая программа дисциплины «Арт-менеджмент» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», (профиль «Постановка и продюсирование культурно-досуговых программ») в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 06.12.2017 г. № 1179, с учетом профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников.

### **1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Учебная дисциплина «Арт-менеджмент» (индекс Б1.В.ДВ.03.02) относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, осуществляемой в соответствии с учебным планом института по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность. Курс играет роль общетеоретической основы для изучения ряда фундаментальных теоретико-методологических проблем социально-культурной деятельности. Дисциплина связана с такими базовыми дисциплинами учебного плана, как «Современные технологии социально-культурной деятельности », «Менеджмент СКС», « Технологии культурно-досуговых программ», «Основы социально-культурного проектирования».

### **1.3 Цель освоения дисциплины**

Данная рабочая программа предусматривает учет основных требований к уровню высшего образования бакалавров, к качеству знаний по дисциплинам и построена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта, освоения дисциплины « Арт-менеджмент »это комплексное усвоение основных понятий курса, использовать знания по управлению в сфере арт-индустрии при решении профессиональных задач, изучение исторических аспекты профессиональной деятельности арт-менеджера; теоретических основ профессиональной деятельности арт-менеджера; освоение практических аспектов управленческой деятельности в арт-индустрии и формирование базовых знаний по курсу.

### 1.4 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты практической деятельности, обеспечивающие формирование компетенций
ПК-1		ПК-1.1 Готовность к участию в апробации и внедрении инновационных технологий социально-культурной деятельности	ПК-1.1. Знать: методы апробации инноваций, основные этапы и процедуру внедрения новых технологий социально-культурной деятельности.
		ПК-1.2. Уметь: осуществлять диагностику социально-культурной активности личности, создавать для этого инновационные программы и проекты	ПК-1.2. – анализировать информацию в области дифференциации запросов населения разных возрастных групп – определять специфику и закономерности развития социокультурной ситуации с учетом реализации проектов для определенной возрастной категории и существующих социальных проблем этой категории населения; – дифференцировать роль представителей основных возрастных групп населения в социокультурной практике, их досуговые предпочтения; – анализировать различные инновационные программы и проекты, создавать на их основе и основе социальной диагностики активности личности в учреждениях социокультурной сферы

			экспериментальные инновационные программы и проекты в социокультурной практике
		ПК-1.3. Владеть: технологиями развития социально-культурной активности личности, адекватных целям и их личностного роста и накопления человеческого капитала.	ПК-1.3. – навыками сбора и анализа социологической информации в области изучения запросов населения разных возрастных групп ; – навыками определять специфику и закономерности развития социокультурной ситуации с учетом реализации проектов для определенной возрастной категории и существующих социальных проблем этой категории населения; – навыками дифференцировать роль представителей основных возрастных групп населения в социокультурной практике, их досуговые предпочтения; – навыками анализировать различные социологические теории и концепции, определяющие мотивацию при выборе того или иного вида досуга;
ПК-6	Способность к разработке сценарно-драматургической основы социально-культурных программ, постановке	ПК-6.1. Знать: сущность, типологию технологий социально-культурной деятельности , основы применения технологического подхода в деятельности учреждений	ПК-6.1. – общие особенности и базовые виды технологий СКД и их составляющих; – основные принципы и базовые методы

	<p>социально-культурных программ с использованием технических средств (световое, звуковое, кино- видео- и компьютерное оборудование) и сценического оборудования учреждений культуры</p>	<p>культуры, образования.</p>	<p>разработки и реализации технологий СКД различного характера для разных групп адресатов, а также различных аспектов таких технологий; – основные проблемы разработки и реализации технологий СКД и их составляющих.</p>
--	--	-------------------------------	---

		<p>ПК-6.2. Уметь: различать особенности применения технологий социально-культурной деятельности в соответствии с конкретными задачами профессиональной деятельности, социальными и личностными потребностями различных социально-демографических групп населения социальной сферы.</p> <p>ПК-6.3. Владеть: методикой реализации технологий социально-культурной деятельности в связи с задачами организации культурно-просветительной,</p>	<p>ПК-6.2. – различать специфику потребностей и запросов разных групп адресатов в рамках разработки технологий СКД и их составляющих; – понимать различия специфики реализации технологий СКД и их составляющих для разных групп адресатов на практике; – использовать разнообразные научные источники, осуществлять эффективный поиск информации для анализа специфики технологий СКД и их составляющих, предназначенных для разных групп адресатов; – использовать терминологию и понятийный аппарат настоящей учебной дисциплины; – анализировать конкретные вопросы в рамках проблематики настоящей учебной дисциплины; – использовать приобретенные знания в рамках профессиональной деятельности, социальной и профессиональной коммуникации и в межличностном общении</p> <p>. ПК-6.3. - понятийным аппаратом дисциплины; - методами комплексного анализа и синтеза информации применительно к</p>
--	--	--	---



		рекреативно-оздоровительной, художественно-творческой, социально-воспитательной работы в различных сферах социальной практики.	задачам прикладной реализации различных технологий СКД и их составляющих в различных сферах социальной практики; - методами системного подхода при работе с информацией; - навыками ведения научных дискуссий по проблемам настоящей дисциплины.
--	--	--	--

ПК-9	Способен к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности	<p>ПК-9.1. Знать: общую теорию и технологии менеджмента и маркетинга в социально-культурной сфере; нормативно-правовую документацию, регламентирующую деятельность учреждений культуры; особенности организации планирования, учета и отчетности в учреждениях культуры, технологию проведения маркетинговых исследований, их виды и требования к организации; основы работы с персоналом учреждений культуры.</p>	<p>ПК-9.1.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– общие особенности теории и технологий менеджмента и маркетинга в сфере СКД, предполагающих опору на связи с общественностью;</li> <li>– специфику использования базовых методик в области связей с общественностью, а также различных маркетинговых исследований, нормативно-правовых основ и принципов работы с клиентами и персоналом для реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере СКД;</li> <li>– специфику проявлений конкретных влияний современных российских условий реализации технологий менеджмента, маркетинга и связей с общественностью в сфере СКД;</li> <li>– основные подходы к рассматриваемой в рамках дисциплины проблема-тике.</li> </ul>
		<p>ПК-9.2. Уметь: осуществлять организацию деятельности учреждения культуры в целом и его подразделений на основе базовых технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально культурной деятельности; принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций в деятельности учреждения культуры;</p>	<p>ПК-9.2.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– комплексно анализировать и моделировать принципы и методы организации деятельности учреждения культуры применительно к решению различных проблемных ситуаций и реализации управленческих задач с использованием нормативно-правовых</li> </ul>

		применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности; проводить маркетинговые исследования и использовать маркетинговые коммуникации для продвижения продуктов и услуг учреждений культуры.	основ PR-деятельности и итогов исследований в сфере PR; – использовать разнообразные научные источники, осуществлять эффективный поиск информации – в том числе через проведение маркетинговых исследований; – использовать терминологию и понятийный аппарат настоящей учебной дисциплины; – анализировать различные ресурсы, условия и факторы реализации базовых методик и коммуникаций в области связей с общественностью в рамках технологий менеджмента и маркетинга в сфере СКД; – использовать приобретенные знания в рамках профессиональной деятельности, социальной и профессиональной коммуникации
		ПК-9.3. Владеть: современными методами в рамках менеджмента в социально-культурной сфере; навыками применения на практике технологий менеджмента и маркетинга применительно к решению задач творческо-производственной деятельности учреждений культуры.	ПК-9.3. - понятийным аппаратом дисциплины; - методами комплексного поиска, анализа и синтеза информации; - методами системного подхода при работе с информацией; - навыками моделирования алгоритмов практического применения технологий менеджмента и маркетинга применительно к

			<p>решению задач творческо-производственной деятельности учреждений культуры;</p> <p>- навыками ведения научных дискуссий по проблемам настоящей учебной дисциплины.</p>
<b>ПК-10</b>	<p>Готов к выявлению и изучению культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности, определению основных тенденций ее развития; осуществлять прикладные научные исследования социально-культурной деятельности и делать на этой основе продуктивные прогнозы, принимать правильные управленческие решения</p>	<p>ПК-10.1. Знать: методологию и методику прикладного научного исследования; технологии изучения потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности.</p>	<p>ПК-10.1. Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методологию и методику прикладного научного исследования в рамках брендинга и ребрендинга учреждения культуры;</li> <li>- технологии анализа рынка предложений в культурно-досуговой сфере.</li> </ul>
		<p>ПК-10.2. Уметь: выявлять основные тенденции социального, культурного и духовного развития общества; изучать культурные потребности участников социально-культурной деятельности с помощью различных методов.</p>	<p>ПК-10.2. Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять актуальные культурные ценности;</li> <li>- изучать культурные потребности применительно к арт-менеджменту.</li> </ul>
		<p>ПК-10.3. Владеть: методикой исследования, диагностики и оценки социально-культурной деятельности, основных тенденций социального, культурного и духовного развития общества, выявления изменений на рынке социокультурных услуг для успешного прогнозирования и принятия управленческих решений.</p>	<p>ПК-10.3. Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методикой исследования, диагностики и оценки успешности бренда;</li> <li>- основных тенденций социального, культурного и духовного развития общества, - выявления изменений на рынке социокультурных услуг для успешного позиционирования бренда</li> </ul>
<b>ПК-11</b>	Готов	ПК-11.1. Знать: направления	ПК-11.1.

	<p>осуществлять социально-культурное проектирование на основе изучения запросов населения, с учетом возраста, образования, социальных, национальных и других различий социальных групп</p>	<p>развития комплексных инновационных программ и проектов развития социально-культурной деятельности особенности их реализации; основные понятия, технологии и приоритетные направления социально-культурного проектирования, его обусловленность социально-культурной ситуацией</p>	<p>– основные тенденции – закономерности развития социокультурной ситуации на современном этапе; –ключевые роли управления в арт индустрии</p>
		<p>ПК-11.2. Уметь: реализовывать инновационные программы и проекты развития социально-культурной деятельности в учреждениях культуры; организовывать коммуникации в процессе работы над инновационными проектами и программами социально-культурного; разрабатывать социально культурный проект на основе изучения запросов,</p> <p>ПК-11.3. Владеть: навыками разработки и внедрения социально-культурных проектов, применения основных инновационных технологий в проектировании деятельности учреждений культуры; навыками работы в команде, организации деловых коммуникаций; навыками диагностики и оценки запросов, интересов населения с учетом возраста, образования</p>	<p>ПК-11.2. – общие особенности выявления, изучения, прогнозирования различных культурных потребностей и запросов различных групп в рамках применения арт-менеджмента (включающие различные исследования) в социокультурной практике – анализировать различные социологические теории и концепции, определяющие мотивацию при выборе того или иного вида досуга;</p> <p>ПК-11.3. – основные проблемы выявления, изучения, прогнозирования развития культурных потребностей и запроса в рамках разработке реализации технологий СКД ; – навыками определять специфику и закономерности развития социокультурной ситуации с учетом</p>

			<p>реализации проектов для определенной возрастной категории и существующих социальных проблем этой категории населения;</p> <p>– навыками дифференцировать роль представителей основных возрастных групп населения в социокультурной практике, их досуговые предпочтения;</p> <p>– навыками анализировать различные социологические теории и концепции, определяющие мотивацию при выборе того или иного вида досуга;</p>
--	--	--	--

## 2. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем дисциплины

Вид учебной работы	ОФО	
	Всего часов	Семестры
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>48</b>	<b>6,7</b>
в том числе :		
<i>Лекции(ЛЗ)</i>	<i>26</i>	<i>6,7</i>
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<i>Семинарские занятия (СЗ)</i>	<i>20</i>	<i>6,7</i>
<i>Групповое консультирование(Г)</i>	<i>2</i>	<i>7</i>
<i>Индивидуальное консультирование(И)</i>		
<b>Самостоятельная работа студента (всего)</b>	<b>96</b>	<b>6,7</b>
СРС	68	
Контроль	28	
в том числе:		
<i>Подготовка курсовой работы</i>		
<i>Текущий контроль</i>	<i>15</i>	<i>6,7</i>

Промежуточный контроль(подготовка к зачету)	4	6
Промежуточный контроль(подготовка к экзамену)	9	7
<b>Общая трудоемкость:</b> (всего зач. ед./кол-во часов по ФГОС)	<b>4/144</b>	<b>6,7</b>
<b>Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>	<b>семестры</b>	
<b>зачет</b>	<b>6</b>	
<b>экзамен</b>	<b>7</b>	

## 2.2 Тематический план (ОФО)

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов								
		Всего часов по ФГОС	Аудиторные часы				Самостоятельная работа студентов			
			Всего аудиторных часов	ЛЗ	СЗ	Консультац ии (Г,И)	Всего часов СРС	СРС	контроль СРС	
									Текущ ий	Проме жу- точный
1	Арт-менеджмент как самостоятельная сфера деятельности. Специфика культуры как поля управленческой деятельности (ПК-1;ПК-6-;ПК-9,ПК-105,ПК-11)	8	6	2	4		2		2	
2	Сущность и основные категории арт-менеджмента, арт-индустрии (ПК-1;ПК-6-;ПК-9,ПК-105,ПК-11)	8	2	2			6	4	2	
3	Основные функции арт-менеджмента(ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)	13	6	2	4		7	5	2	
4	Источники изучения арт-менеджмента (ПК-1;ПК-6-;ПК-9,ПК-105,ПК-11)	9	2	2			7	5	2	
5	Специфические аспекты арт-менеджмента ((ПК-1;ПК-6-;ПК-9,ПК-10,ПК-11)	18	6	2	4		12	12		
6	Система	16	2	2			14	12	2	

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов								
		Всего часов по ФГОС	Аудиторные часы				Самостоятельная работа студентов			
			Всего аудиторных часов	ЛЗ	СЗ	Консультации (Г,И)	Всего часов СРС	СРС	контроль СРС	
Текущ ий	Проме жу- точный									
	управления производственным и процессами в искусстве: сущность и содержание((ПК-1; ПК-6-;ПК-9,ПК-10,ПК-11) -									
7	Управление разработкой и проектированием продукта арт-индустрии. ((ПК-1; ПК-6-;ПК-9,ПК-10,ПК-11)	18	6	2	4		12	12		
8	Маркетинг и арт-менеджмент сущность и содержание(ПК-1; ПК-6-;ПК-9,ПК-10,ПК-11)	14	2	2			12	12		
	Подготовка к зачету	4					4			4
	<b>Всего за 6-й семестр:</b>	<b>108</b>	<b>32</b>	<b>16</b>	<b>16</b>		<b>76</b>	<b>62</b>	<b>10</b>	<b>4</b>
9	Реклама как средство популяризации культуры и искусства (ПК-1; ПК-6-;ПК-9,ПК-105,ПК-11)	3	2	2			1	1		
10	Механизмы финансирования в сфере арт-менеджмента. ((ПК-1; ПК-6-;ПК-9,ПК-105,ПК-11)	5	4	2	2		1	1		
11	Творческие индустрии в коммерческой культуре дизайн, мода, издательское дело, звукозапись, мультимедиа	6	2	2			4	2	2	



№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов								
		Всего часов по ФГОС	Аудиторные часы				Самостоятельная работа студентов			
			Всего аудиторных часов	ЛЗ	СЗ	Консультаци (Г,И)	Всего часов СРС	СРС	контроль СРС	
									Текущ ий	Проме жу- точный
	технологии и др.) (ПК-1;ПК-6-;ПК-9,ПК-105,ПК-11)									
12	Планирование индивидуальной деятельности арт-менеджера(ПК-1;ПК-6-;ПК-9,ПК-105,ПК-11)	11	6	4	2		5	2	3	
	<i>Подготовка к экзамену</i>	9								9
	<i>Групповое консультирование к экзамену</i>	2	2			2				
	<b>Всего за 7-й семестр:</b>	<b>36</b>	<b>16</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>20</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>9</b>
	<b>ИТОГО</b>	<b>144</b>	<b>48</b>	<b>26</b>	<b>20</b>	<b>2</b>	<b>96</b>	<b>68</b>	<b>15</b>	<b>13</b>

### 2.3. Краткое содержание тем

#### Тема 1. Тема 1.1. Арт-менеджмент как самостоятельная сфера деятельности. .

Художественная культура как часть общей культуры человечества, немаловажная составляющая духовной культуры любой локальной и мировой цивилизации. Возникновение культурной политики. Самоорганизация общества и организация культурных процессов со стороны государства, диалектика этих тенденций. Культурная политика как компромисс. Существующие модели культурной политики. Связь моделей культурной политики, политического режима, системы базовых ценностей общества. Основные субъекты действующие в сфере культуры. Проблема менеджмента культуры. Общее и особенное в менеджменте культуры.

#### Тема 1.2. Сущность и основные категории арт-менеджмента, арт-индустрии.

Предмет, содержание, задачи курса «Арт-менеджмент». Арт-менеджмент как самостоятельная сфера деятельности. Понятия «арт-менеджмент», «арт-индустрия». Арт-индустрия в условиях рыночных отношений. Нормативно-правовая база, информационное и ресурсное обеспечение этой сферы бизнеса, общедоверальные, региональные, муниципальные и учрежденческие модели.

Арт-менеджмент как современная технология управления. Арт-менеджмент как система воздействия на искусство и его производство. Предмет и объект арт-менеджмента. Арт-менеджмент, как научное осмысление практики.

### **Тема 1.3. Основные функции арт-менеджмента.**

Основные составляющие управления в сфере искусства: цели и задачи, структура, закономерности, принципы, функции, методы. Основные общие функции, связанные с управлением и организацией художественно-творческой деятельности (планированием, организацией, мотивированием, контролем и др.). Основные специфические функции, связанные с обогащением опыта эстетической деятельности - «погружение» в проектную художественно-творческую деятельность, побуждение к самореализации в профессиональной деятельности, к выдвижению новых целей с последующей организацией социокультурных проектов.

### **Тема 1.4. Источники изучения арт-менеджмента.**

Связь курса «Арт-менеджмент» с дисциплинами «Современные технологии социально-культурной деятельности», «Основы продюсирования в сфере культуры» «Теория и практика связей с общественностью», «Имиджеология», «Менеджмент социально-культурной деятельности», «Экономика СКД», «Менеджмент социокультурной сферы», «Реклама в социокультурной сфере» т.д. Изучение истории и теории отечественной и зарубежной культуры, искусства, визуальной культуры, культуры массовых коммуникаций, межкультурных коммуникаций, культурной политики и т.п. Арт-менеджмент – это бизнес, требующий серьезных знаний в области экономики, менеджмента, маркетинга культуры, права, рекламы, продюсирования и т.д.

### **Тема 1.5. Специфические аспекты арт-менеджмента: специфика сферы искусства, форм и методов менеджмента.**

Критерии самостоятельности арт-менеджмента: наличие производственно-финансового плана учреждения, иерархия штата сотрудников, этические постулаты творцов, конфликтность творческих работников. Творческая и финансовая самостоятельность учреждений искусства – основы совершенствования управления. Принципы современного менеджмента: системность; компетентность; иерархичность; выделение ведущего звена; совершенствование – трансформация организационной структуры, функций и методов управления по мере изменения объекта управления и состояния внешней среды.

Частные (специальные) принципы: уважение личного достоинства человека, признание за ним соответствующих прав и возможностей; предоставление личности свободы выбора; доверие человеку, его потенциальным возможностям; создание атмосферы доверия на основе взаимоуважения; развитие инициативы, творческих способностей, умение найти себя в творческом коллективе и др.

## **Раздел 2. Система управления в арт-индустрии**

### **Тема 2.1. Система управления производственными процессами в искусстве: сущность и содержание.**

Искусство и бизнес. Прямые и косвенные выгоды от вложений в сферу культуры. Имиджевый эффект и творческий импульс. Новые формы творческого предпринимательства. Функциональные особенности управления в сфере арт-индустрии. Объективная обусловленность возникновения управления в искусстве. Специфические особенности внешнего воздействия на производственные процессы в искусстве. Технологии стимулирования саморегулируемой системой производственных процессов в искусстве: стремление к реализации творческих задатков, потребность в получении эстетического удовлетворения, участие в общественной жизни, потребность в коммуникационных связях. Управление производственными процессами через целеполагание, принципы и методы организации. Организация (фирма, ассоциация, концерн, объединение) как группа людей, деятельность которых социально координируется для достижения общих целей. Требования к организации.

Виды организаций: формальные и неформальные. Общая характеристика организации; зависимость от внешней среды; горизонтальное разделение труда; вертикальное разделение труда.

### **Тема 2.2. Управление разработкой и проектированием продукта арт-индустрии.**

Понятие механизма управления. Выбор технологии производства, расстановка кадров с целью оптимизации затрат, выбор методов изготовления продукта, маркетинговая деятельность, специфика управления финансами, создание условий для работы кадров. Оценка деятельности организации с её возможностями. Специфические аспекты управления арт-индустрии, связь с внешним окружением. Механизмы мотивирования деятельности в арт-индустрии. Уровни управления фирмой: институциональный (топ-менеджер, генеральный директор, совет), управленческий (дирекция, руководители управления), технический (руководитель отделов, групп, коллективов).

Характеристика управленческих ролей арт-менеджера: (главный руководитель), лидер (ответственность за мотивацию, набор, активизацию работников), связующее звено (информация и внешние контакты). Преимущества и недостатки индивидуального предприятия. Преимущества и недостатки товарищества. Организационное оформление фирмы. Регистрация. Устав и учредительный договор. Подбор штата (команды).

### **Тема 2.3. Маркетинг в арт-менеджменте: сущность и содержание.**

Технология арт-менеджмента: сущность, содержание. Специфика стратегического арт-менеджмента. Маркетинг в арт-менеджменте: сущность и содержание. Направления маркетинговой политики в культуре: изучение социальных классов, выявление причин низкой посещаемости организаций культуры. Цель маркетинга: выращивание своего потребителя. Маркетинговая стратегия, ориентированная на интересы потребителей, их образ жизни, мотивацию. Фазы маркетингового продвижения

художественных продуктов, изучение рынка, определение маркетинговой концепции, стратегии рекламной компании, использование СМИ, использование анимационных форм.

#### **Тема 2.4. Реклама как средство популяризации культуры и искусства.**

Рекламные кампании – главные стимуляторы потребностей. Рекламная кампания-комплекс различных рекламных мероприятий, дополняющих друг друга. Рекламные рычаги, способствующие продвижению и популяризации творческих продуктов на рынке культурных услуг. Особенности рекламной кампании творческого товара. Реклама в арт-менеджменте. Разработка и технология производства рекламной продукции с целью продвижения творческих произведений на рынок культурных услуг.

Роль рекламы в арт-менеджменте, этапы разработки и технологии производства рекламной продукции с целью промоушна арт-продукции на рынок культурных услуг. Цели рекламной деятельности в театре, концертном зале, художественном музее, галерее искусства.

Виды рекламных кампаний по целевой установке. Хайпинг – скандальная рекламная кампания. Виды хайпинговых кампаний, цель хайпинговых кампаний. Виды скрытой рекламы.

#### **Тема 2.5. Механизмы финансирования в сфере арт – индустрии.**

Культура и рынок. Инновационные культурные практики, продукты и услуги. Культура как ресурс. Бюджетное финансирование как основной источник учреждений культуры. Программное финансирование, механизм финансирования культурного проекта. Внебюджетные источники финансирования: Доходы от реализации культурных услуг; Доходы от постоянной деятельности; Донорская поддержка; Благотворительная деятельность; Фандрейзинг. Коммерческий сектор искусства, его финансирование. Корпоративная и частная благотворительность. Формы благотворительной поддержки культуры (возвращение в Россию национального наследия, поддержка традиций и наследия, создание условий для развития сферы культуры, поддержка современных творческих проектов). Благотворительные фонды и организации, их роль в сфере культурной политики (фонд Дж. Сороса, фонд В. Потанина, фонд М. Прохорова и др.). Грантовая политика. Меценатство. Спонсорство. Попечительские советы. Деятельность международных спонсорских организаций в России. Современное российское корпоративное спонсорство (Газпром, Лукойл, Альфа-Банк, Банк Москвы и т.д.). Зависимость сбыта продукции от конкуренции. Цена, как экономическая категория культурных продуктов и услуг, её особенности.

### **Раздел 3. Профессиональные функции и направления деятельности арт-менеджера**

**Тема 3.1.** Творческие индустрии в коммерческой культуре (дизайн, мода, издательское дело, звукозапись, мультимедиа технологии и др.).

Творческие индустрии как приоритет в культурной политике стран Запада. Специфические проявления базовых категорий рынка в арт-

индустрии. Объектная неспособность к самокупаемости и необходимость поддержки культуры в различных формах. Рыночные отношения, их механизм в сфере культуры: теория «общественных товаров», меритория Мастрейва, «Экономическая социодинамика». Проблема собственности в арт-индустрии. Имущественное право на конечный продукт. Основные фонды организаций культуры. Право оперативного управления. Диверсификация деятельности в арт-индустрии: сущность, содержание. Современные методы к диверсификации в арт-индустрии: влияние моды на производство и реализацию продукта, издательств, предприятий шоу – бизнеса. Влияние международных культурных связей на диверсификацию потребностей и продуктов искусства, новые жанры литературы, кино, музыкальных произведений. Новые возможности диверсификации в связи с возникновением и развитием продюссерства: аудиовизуальная сфера культуры (телевидение, видео, Интернет, кинопроизводство и кинопрокат); производство материально – технических средств для неё; производство работ и оказание услуг (маркетинговых, продюсерских и т.д.). Продюссерство (театральное, музыкальное, кинематографическое). Бизнес – проект в шоу – бизнесе.

### **Тема 3.2. Планирование индивидуальной деятельности арт-менеджера.**

Система планов (виды планов) в сфере культуры (стратегические, тактические, оперативные) Бизнес-план: содержание и структура. Этапы планирования. Методы планирования (аналитическое, нормативное). Целевое обоснование плана. Планирование финансового и материального обеспечения. Виды балансов (материальный, финансовый, трудовой). Сетевое планирование.

Специализации арт-менеджера: администратор, антрепренер, руководитель, агент, персональный менеджер, бизнес-менеджер, промоутер (импресарио), продакшн-менеджер и др. театров, театральных студий, концертных залов, концертных организаций. Специалисты кино- и фото студий; студий аудио- и видеозаписи; ведущие местных, региональных и центральных каналов телевидения.

Художественный аспект деятельности арт-менеджера: определение «социального заказа» на арт-продукцию; замысел и работа над творческим проектом; поиск художественного образа проекта; выбор режиссера, творческих групп, отдельного артиста; создание имиджа артиста; работа над «легендой» группы, артиста и т.п.

Организационный аспект. Организация гастрольных туров: аренда помещений; расписание репетиций; распространение билетов; создание бытовых условий для исполнителя и др.

Маркетинговый аспект: сегментация рынка; исследование востребованности продуктов арт-индустрии; организация рекламной кампании; проведение презентаций; организация акций по связям с общественностью; использование разработанных «легенд» и т.п.

Финансовый аспект: составление бизнес-плана; определение сметы

расходов; формирование бюджета; поиск спонсоров.

Нормативно-правовой аспект: изучение нормативно-правовых документов по созданию продукции арт-индустрии; документально-правовое оформление отношений автор - исполнитель - менеджер и т.п.

### **Тема 3.3. Современное состояние искусства и его влияние на деятельность менеджера.**

Современная политика государства в поддержке театров, музыкального искусства, эстрады, изобразительного искусства. Кадровое обеспечение сферы искусства. Проблемы коммерциализации и ценообразования в культуре. Роль потребительской корзины в удовлетворении культурных потребностей населения. Культура больших городов и села. Деятельность по возрождению национальной культуры. Задачи арт-менеджеров по поддержке творчества российских художников, музыкантов, кинорежиссёров, фотографов; помощи организациям искусства, поиск новых способов привлечения финансовых средств по поиску талантливой молодёжи, мониторингу сети учреждений культуры.

### **Тема 3.4. Профессиональные функции и обязанности арт-менеджера.**

Рыночная экономика и профессиональные функции арт-менеджера: знания экономики (арт-индустрии, умение решать экономические задачи, рационально использовать финансовые ресурсы). Юридическая подготовка менеджера: знание постановлений правительства Р.Ф., основ законодательства, нормативные документы вышестоящих органов. Необходимость знания особенностей организаций сферы искусства, владение методикой привлечения средств. Качества арт-менеджера: профессионализм, широкий кругозор, порядочность, умение работать с кадрами, с зарубежными партиями. Этический кодекс арт-менеджера.

### **Тема 3.5. Система мировой арт-индустрии. Российский арт-менеджмент.**

Зарубежный опыт организации сети арт-индустрии в странах Европы, США. Организация профессиональных сетей в сфере культуры, как способ сотрудничества: Европейский форум культурного наследия; Европейская сеть информационных центров исполнительских искусств; международная ассоциация музыкальных библиотек, архивов, центров документации; европейская сеть культурных центров. Сеть европейских менеджеров культуры; международная информационная сеть изобразительных искусств. Организация международных конкурсов музыкального искусства, вокала, хоров дирижёров, уличных театров, танца. Развитие культурных обменов, торговли культурными ценностями. Роль международной арт-индустрии в утверждении сотрудничества между странами. Российские центры науки и культуры в странах Европы, Америки, Азии и Африки. Участие Министерства культуры РФ в международных конференциях, симпозиумах, круглых столах.

Российский арт-менеджмент в структуре отраслей культуры в РФ: сущность, содержание, место, назначение. Место арт-менеджмента в

деятельности учреждений искусства: ориентация на всемирную поддержку профессионального искусства, сохранение и развитие традиционного народного искусства; выработка мер социальной поддержки и защиты работников сферы исполнительных искусств; создание исторических героических лент, оказывающих влияние на патриотическое воспитание молодёжи, подростков; установление контактов в сфере профессионального искусства, художественной самодеятельности с зарубежными странами. Использование творческого, этнокультурного потенциала для выработки пограничного сотрудничества и выработки практического решения вопросов международных обликов. Подготовка кадров для арт-менеджмента в РФ: организация и проблемы.

### **3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

#### **3.1. Планы семинарских занятий**

##### **Семинарское занятие № 1.**

**Тема :** Сущность и основы категории арт-менеджмента

**Продолжительность:** 4 часа.

**Форма:** семинар.

**Цель:** закрепление общих представлений о арт-менеджменте как научной дисциплине, ее функциях, уровнях, общем значении для СКД.

**Вопросы к занятию:**

1. Арт – менеджмент. Сущность и содержание понятий.
2. Арт индустрия: субъекты управления, объект управления.
3. Арт – менеджмент как теоретическое осмысление практики: объекты и субъекты управленческого воздействия.
4. Источники изучения арт – менеджмента: их характеристика.

**Список литературы:**

Список основной и дополнительной литературы представлен в разделе 6 рабочей программы

##### **Семинарское занятие № 2**

**Тема :** Жанры, виды и формы организации искусства и историческая ретроспектива их развития.

**Форма:** семинар.

**Цель:** закрепить представления о молодежи как об особой социально-демографической группе

**Вопросы к занятию:**

1. Жанры искусства: их характеристика как отражение окружающего мира.
2. Виды искусства, история возникновения и развития.
3. Формы искусства: история возникновения и развития.
4. Этапы научного осмысления исторического развития искусства.

**Список литературы:**

Список основной и дополнительной литературы представлен в разделе 6 рабочей программы

**Семинарское занятие № 3.**

**Тема:** Возникновение системы управления производственными процессами в искусстве.

**Продолжительность:** 4 часа.

**Форма:** семинар.

**Цель:** выявление основных характеристик социальной жизни молодежи в сфере образования, определение специфики студенческой молодежи

**Вопросы к занятию:**

1. Социальная организация как объект системы управления.
2. Специфика управления в организациях искусства: зависимость от жанра искусства, формы собственности.
3. Система управления в театрах, продюсерских организациях.

**Список литературы:**

Список основной и дополнительной литературы представлен в разделе 6 рабочей программы

**Семинарское занятие № 4 .**

**Тема:** Управление разработкой и проектированием продукта арт-индустрии

**Продолжительность:** 4 часа.

**Форма:** семинар.

**Цель:** анализ основных проблем в разработке и проектировании продукта арт-индустрии.

**Вопросы к занятию:**

1. Понятие механизма управления.
2. Специфические аспекты управления арт-индустрии, связь с внешним окружением.
3. Механизмы мотивирования деятельности в арт-индустрии.

**Список литературы:**

Список основной и дополнительной литературы представлен в разделе 6 рабочей программы

**Семинарское занятие № 5 .**

**Тема 1. 1. Особенности системного и несистемного подхода к созданию и реализации продуктов деятельности арт – менеджмента.**

**Продолжительность:** 2 часа.

**Форма:** семинар.

**Цель:** закрепление общих представлений о социальных аспектах и основных направлениях государственной молодежной политики, а также проблематике практической реализации молодежной политики

**Вопросы к занятию:**

1. Принципы государственной молодежной политики
2. Основные направления молодежной политики



3. Аспекты реализации молодежной политики на современном этапе
4. Проблемы практической реализации молодежной политики (привести практические примеры, статистические данные)
5. Примеры успешной практической реализации молодежной политики (привести примеры проектов, программ в области реализации молодежной политики)

#### **Список литературы:**

Список основной и дополнительной литературы представлен в разделе 6 рабочей программы

#### **Семинарское занятие № 6.**

**Тема:** Стратегия и тактика технологий арт-менеджмента.

**Продолжительность:** 2 часа.

**Форма:** семинар.

**Цель:** закрепление общих представлений о специфике и технологии арт-менеджмента

#### **Вопросы к занятию:**

1. Стратегический менеджмент в создании арт –продукта.
2. Этапы стратегического управления: планирование – проект, программа бизнес – проект, маркетинговые технологии.
3. Тактические процессы в создании арт- продукта.
4. Оперативное управление.

#### **Список литературы:**

Список основной и дополнительной литературы представлен в разделе 6 рабочей программы

### **3.2. Примерный перечень вопросов по курсу**

1. Арт-менеджмент как самостоятельная сфера деятельности
2. Информационные технологии и их использование в галерейном деле.
3. Art-management как профессиональная специализация галериста.
4. Особенности менеджмента современного искусства.
5. Особенности менеджмента современного антикварного искусства.
6. PR в галерейном деле.
7. Роль государства, общества и частного сектора в управлении сферой искусства.
8. Роль менеджеров в арт-структурах; их основные функции (стратегическое планирование, сбор финансовых средств, руководство проектами и др.).
9. Различные аспекты отношений менеджер-артист/художник.
10. Подготовка специалистов в области арт-менеджмента.
11. Типы художественных галерей и специфика менеджмента в каждой из них.
12. Технология организации шоу-программ в учреждениях развлекательной сферы.
13. Менеджмент концертных агентств.

14. Менеджмент концертной деятельности профессиональных коллективов и исполнителей.
15. Менеджмент гастрольной деятельности.
16. Менеджмент продюсерской компании.
17. Особенности промоутерской деятельности в сфере арт-индустрии.
18. Нормативно-правовые основы арт-менеджмента.
19. Менеджмент ночных клубов.
20. Особенности рекламы в сфере арт-менеджмента.
21. Механизмы финансирования в арт-менеджменте
22. Темы, вынесенные на самостоятельное изучение:
23. Становление арт-менеджмента за рубежом.
24. Российский арт-менеджмент в системе мировой арт-индустрии.
25. Музыкальный шоу-бизнес – часть арт-индустрии.
26. Проектный менеджмент.
27. Промоушн в сфере арт-менеджмента.
28. Виды и классификация ночных клубов.
29. Жанры и виды искусства: специфика их представленности в арт – менеджмент

#### **4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина « Арт-менеджмент » призвана сформировать основы арт-менеджмента как самостоятельной сферы деятельности, видения проблем менеджмента культуры, значение и функции арт-менеджмента в социально-культурной сфере.

При освоении дисциплины предусмотрены следующие виды учебной работы: лекции, семинарские занятия и самостоятельная работа обучающихся.

На лекциях дается краткий обзор основных тем курса, обозначаются содержательные проблемы, перспективы развития истории и технологии арт-менеджмента. Преподаватель помогает обучающимся получить общее представление о предмете изучаемого курса, знакомит с методикой работы над курсом, разъясняет наиболее трудные вопросы, ориентирует на систематическую самостоятельную работу над литературой, связывает теоретический материал с практикой будущей работы специалистов. Лекции могут также выполнять развивающую функцию, способствуют актуализации личностного интеллектуального потенциала обучающихся, формированию культурной компетентности.

Семинары проводятся по предлагаемым темам. Семинары могут проводиться преподавателями в традиционной форме дискуссии по заданным теоретическим вопросам с опорой на предлагаемые источники, либо работа в группе по предложенной проблематике и представление результатов по итогам семинарского занятия.

При подготовке к семинарским занятиям необходимо внимательно ознакомиться с перечнем выносимых на обсуждение вопросов, и выбрать из списка рекомендуемой литературы издания, в которых они раскрываются.

Для организации работы на семинарах предусмотрены темы докладов и рефератов, которые студенты пишут самостоятельно или под руководством преподавателя. Результаты научной работы студентов могут быть представлены на студенческих научных конференциях.

В ходе подготовки к семинарским занятиям студенты должны научиться анализировать материал курса и быть готовыми отвечать на предложенные дополнительные вопросы, касающиеся уточнения и выяснения сущности основных понятий курса «Арт-менеджмента».

*Примерный план изучения теоретического материала:*

- изучите и проанализируйте имеющиеся теоретические источники по предложенной тематике вопросов к семинарскому занятию
- выделите основные понятия
- подберите примеры из практики
- научитесь сопоставлять факты, анализировать примеры, выделять недостатки, положительные моменты
- представьте собственные выводы и обобщения по предложенной проблематике вопроса.

В учебном процессе предусматривается использование **интерактивных форм** проведения семинаров (учебные дискуссии, коллоквиумы, круглые столы и др.) что позволяет разнообразить процесс усвоения материала и уровня формирования соответствующих компетенций.

Работа на семинарах предполагает моменты дискуссии, что требует включения в работу на протяжении всего семинара, внимательного и уважительного отношения к докладчикам, корректной постановки вопросов, оспаривающих реплик и возражений.

При ответе следует учитывать регламент работы, поэтому выступления должны быть по содержанию предельно четкими и емкими. Для выступления на семинаре обучающимся рекомендуется подготовить мультимедийную презентацию для иллюстрирования своего сообщения, которая может отражать необходимую информацию по теме доклада, расшифровку терминов, фото- и видеоматериалы.

Оценивание работы обучающегося на семинаре осуществляется по следующим критериям:

- полнота и четкость ответа;
  - активность на протяжении всего занятия;
  - проявление общей эрудиции и коммуникативных способностей;
- наличие корректно и грамотно подготовленной мультимедийной презентации.

В ходе подготовки к семинарским и практическим занятиям большое значение имеет самостоятельная работа. Самостоятельная работа – это вид учебной деятельности, выполняемый учащимся без непосредственного контакта с преподавателем или управляемый преподавателем опосредованно через специальные учебные материалы; неотъемлемое обязательное звено процесса обучения, предусматривающее прежде всего индивидуальную

работу учащихся в соответствии с установкой преподавателя или учебника, программы обучения.

В современной дидактике самостоятельная работа студентов рассматривается, с одной стороны, как вид учебного труда, осуществляемый без непосредственного вмешательства, но под руководством преподавателя, а с другой – как средство вовлечения студентов в самостоятельную познавательную деятельность, формирования у них методов организации такой деятельности. Эффект от самостоятельной работы студентов можно получить только тогда, когда она организуется и реализуется в учебно-воспитательном процессе в качестве целостной системы, пронизывающей все этапы обучения студентов в вузе.

По цели можно выделить четыре типа самостоятельных работ.

1-й тип. Формирование умений выявлять во внешнем плане, на основе данного алгоритма деятельности.

В качестве самостоятельных работ этого типа чаще всего используются домашние задания: работа с учебником, конспектом, тезисным планом и др.

2-й тип. Формирование знаний-копий и знаний, позволяющих решать типовые задачи. Познавательная деятельность заключается в чистом воспроизведении и частичном реконструировании, преобразовании структуры и содержания, различных путей выполнения задания, выбора наиболее правильных способов решения проблемы.

3-й тип. Формирование знаний, лежащих в основе решения нетиповых задач. Познавательная деятельность при решении таких задач заключается в накоплении и проявлении во внешнем плане нового опыта деятельности на базе усвоенного ранее формализованного опыта (действий по известному алгоритму) путем переноса знаний, навыков и умений.

4-й тип. Создание предпосылок для творческой деятельности. Познавательная деятельность обучаемых при выполнении этих работ заключается в глубоком проникновении в сущность изучаемого объекта, установлении новых связей и отношений.

При подготовке результатов самостоятельной работы обучающихся, представляемых в форме сообщений и выступлений на семинарах, а также рефератов, следует ориентироваться на следующие критерии оценивания:

- знание выбранной для изучения проблематики и умение ориентироваться в предложенном объеме информации
- выработка собственного отношения к рассматриваемой проблематике (собственные выводы, суждения, анализ проблемной ситуации)
- владение научной терминологией, полные ответы на вопросы
- умение самостоятельно работать с источниками (учебная и научная литература, сайты Internet и др.)
- умение грамотно подбирать, сочетать, распределять материалы и логически их выстраивать в сообщении или реферате
- умение грамотно оформлять и представлять результаты самостоятельной работы.

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 5.1 Перечень компетенций и этапы их формирования

Профессиональные компетенции сформулированы на основе выбранных из профессиональных стандартов обобщенных трудовых функций (ОТФ), соответствующих профессиональной деятельности выпускников.

Код	Формулировка компетенции
ПК	Рекомендуемые профессиональные компетенции
ПК -1	Готов к участию в апробации и внедрении инновационных технологий социально культурной деятельности
ПК-6	Способность к разработке сценарно-драматургической основы социально-культурных программ, постановке социально-культурных программ с использованием технических средств (световое, звуковое, кино- видео- и компьютерное оборудование) и сценического оборудования учреждений культуры
ПК-9	Способность к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности.
ПК-10	Готов к выявлению и изучению культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности, определению основных тенденций ее развития; осуществлять прикладные научные исследования социально-культурной деятельности и делать на этой основе продуктивные прогнозы, принимать правильные управленческие решения
ПК-11	Готов осуществлять социально-культурное проектирование на основе изучения запросов населения, с учетом возраста, образования, социальных, национальных и других различий социальных групп

#### Этапы формирования компетенций:

**Начальный этап:** Обучающийся овладел основными терминами и понятиями в области арт-менеджмента знаний, знаком с основными историческими этапами развития индустрии арт-менеджмента как науки, ознакомился с понятийным аппаратом по темам дисциплины, понимает специфику применения арт-менеджмента мышления для оценки в современной социокультурной ситуации

Прохождение этого уровня свидетельствует об освоении обучающимся **базового уровня** компетенций.

**Основной этап:**

Обучающийся изучил и систематизировал основы знаний по арт-менеджменту, как центральной категории индустрии, владеет базовыми представлениями о применении продукта арт-менеджмента, специфике взаимодействия; имеет представление о характеристиках и социальной значимости процессов социальной стратификации и социальной мобильности; способен участвовать в проектной деятельности по внедрению в социокультурную практику технологий социально-культурной деятельности с учетом изучения и анализа состояния искусства и его влияние на деятельность арт-менеджера.

Успешное прохождение этого этапа позволяет достичь *среднего уровня* сформированности компетенций.

#### **Завершающий этап:**

Обучающийся владеет основными механизмами управления менеджмента в арт-индустрии знает и владеет терминологией, имеет представления об основных тенденциях и направлениях развития мировой и отечественной индустрии досуга; системно оценивает особенности развития досуговой сферы в современных условиях, определяют специфические особенности организации досуга населения знает базовые категории ранка индустрии досуга и; умеет разрабатывать и применять на практике технологический процесс и конвейер производства арт-продукта

На этом этапе обучающийся достигает *итоговых показателей* по заявленным компетенциям, т.е. осваивает весь объем необходимых знаний, умений и навыков.

<i>Критерий</i>	<i>В рамках формируемых компетенций студент демонстрирует</i>
<b>пороговый</b>	знание и понимание теоретического содержания курса с незначительными пробелами; несформированность некоторых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, низкое качество выполнения учебных заданий либо их невыполнение
<b>стандартный</b>	полное знание и понимание теоретического содержания курса, без пробелов; недостаточная сформированность некоторых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях; достаточное качество выполнения всех предусмотренных программой обучения учебных заданий
<b>эталонный</b>	полное знание и понимание теоретического содержания курса, без пробелов; сформированность необходимых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, высокое качество выполнения всех предусмотренных программой обучения учебных заданий; активное участие в выполнении самостоятельных творческих заданий и работ

## 5.2. Показатели и критерии оценивания компетенций

**Промежуточная аттестация** реализуется в ходе сдачи обучающимися экзамена.

Формой промежуточной аттестации являются зачет в 6 семестре и экзамен в 7 семестре. Зачет проводится в форме собеседования по вопросам к зачету с каждым студентом. Экзамен проводится в форме собеседования по билетам. Экзаменационный билет содержит два вопроса. На подготовку ответов отводится 45 минут. Оценка знаний производится по стандартной шкале. В случае неудовлетворительной оценки студент имеет право пересдать экзамен в установленном порядке.

По результатам сдачи зачета студенты получают оценку «зачтено», «незачтено»; по результатам экзамена студенты получают количественную оценку («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

### ***Показатели и критерии оценивания усвоения компетенций***

<i>Критерии оценивания ответов</i>	<i>Экзаменационный балл</i>
Успешное и систематическое применение навыков (для категории «владеть»), сформированное умение использовать полученные знания (для категории «уметь»), сформированные систематические представления о дисциплине (для категории «знать»).	Отлично
В целом успешное, но содержащее определенные пробелы применения навыков (для категории «владеть»), определенные пробелы в умении использовать соответствующие знания (для категории «уметь»), определенные пробелы в знаниях (для категории «знать»).	Хорошо
В целом успешное, но не систематическое применение навыков (для категории «владеть»), несистематическое использование знаний (для категории «уметь»), неполные представления о чем-либо (для категории «знать»).	Удовлетворительно
Фрагментарные знания, умения навыки. Отсутствие адекватного понимания ключевых составляющих проблематики курса. Данный результат указывает на несформированность порогового (входного) уровня знаний, умений, навыков.	Неудовлетворительно

**По окончании изучения курса студент должен :**  
***знать:***

- знать место арт-менеджмента в системе современной науки об управлении

социально-культурной сфере; нормативно-правовые основы арт-менеджмента и уметь их применять в профессиональной деятельности; исторические особенности формирования и развития и современную ситуацию на арт-рынке Европы, США, РФ; организационно-экономические условия арт-менеджмента; важнейшие тенденции развития современного российского и мирового арт-рынка; особенности рынка современных и классических произведений изобразительного искусства, рынка антиквариата, музыкального шоу-бизнеса и кино-рынка; основополагающие социологические термины, концепции, смысловые схемы, соотносимые с проблематикой социального бытия молодежи как общности.

**уметь:**

- уметь ориентироваться в ситуации на современном арт-рынке; принимать управленческие решения в соответствии с современной исторической и общественно-экономической ситуацией на мировом и российском арт-рынке; осуществлять руководство проектами и программами в области арт-менеджмента; организовать и провести презентационные мероприятия,

направленные на продвижение креативных продуктов и идей в сфере арт-менеджмента;

**владеть :**

- терминологическим аппаратом учебного курса « арт-менеджмент», технологиями проектирования и планирования в сфере менеджмента; технологиями аккумуляции и привлечения финансовых средств из различных источников, технологиями маркетинга в сфере искусства.

- готовностью использовать систематизированные теоретические и практические знания гуманитарных социальных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач

### **5.3Материалы для оценки и контроля результатов обучения**

#### **Перечень вопросов к экзамену**

- 1.Арт-индустрия г. Хабаровска.( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 2.Арт-менеджмент как самостоятельная сфера деятельности. .( ( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 3.Арт-проект как основной вид деятельности арт-менеджера.( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 4.Воздействие современных тенденций арт-индустрии на характер деятельности арт-менеджера. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 5.Гражданско-правовые и иные меры защиты авторских и смежных прав.
- 6.Диверсификация деятельности в арт-индустрии.( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 7.Жанры и виды искусства: специфика их представленности в арт-проектах .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)



- 8.Инновационные технологии в сфере арт-индустрии. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 9.Искусство как сфера жизнедеятельности общества. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 10.История возникновения арт-менеджмента.( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 11.Место и назначение российского арт-менеджмента. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 12.Механизмы финансирования в сфере арт-индустрии. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 13.Определение сбытовой политики в арт-индустрии. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 14.Организационное оформление арт-фирмы. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 15.Основные структурные элементы управления в сфере арт-индустрии.( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 16.Основные формы организации мирового искусства. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 17.Основы работы арт-менеджера. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 18.Особенности арт-проектной деятельности .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 19.Особенности и характерные черты отечественной арт-индустрии. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 20.Планирование индивидуальной деятельности арт-менеджера. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 21.Понятие «художественно-творческая продукция». .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 22.Понятие и сущность творческо-производственной деятельности. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 23.Потребление продуктов искусства: понятие, содержание, особенности.(ПК-1.ПК-6,ПК-9,ПК-10.ПК-11)
- 24.Правовые основы арт-менеджмента . ( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 25.Предмет, содержание, задачи курса «Арт-менеджмент» .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 26.Продукты и услуги сферы шоу-бизнеса. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 27.Профессиональные функции и обязанности арт-менеджера. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 28.Реклама в системе арт-менеджмента. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 29.Роль мировой арт-индустрии в духовной жизни общества.
- 30.Рыночные отношения в арт-индустрии. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 31.Система планов в сфере культуры.
- 32.Система управления в арт-индустрии. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 33.Системы мировой арт-индустрии: понятие, сущность, содержание .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
- 34.Структура коммерческой деятельности в сфере шоу-бизнеса. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)

35. Структура производства продуктов искусства.( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
36. Суть административного управления организаций развлекательной сферы. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
37. Сущность и основные категории арт-менеджмента. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
38. Технологии арт-менеджмента. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
39. Формы организации искусства: история развития и современное состояние. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
40. Этапы планирования творческо-производственной деятельности. (ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)

#### **Перечень вопросов к зачету**

1. Жанры, виды и формы организации искусства и историческая ретроспекция их развития.( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
2. Возникновение системы управления производственными процессами в искусстве.( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
3. Основные механизмы управления менеджмента арт-индустрии.( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
4. Особенности системного и внесистемного подходов к созданию и реализации продуктов деятельности арт-менеджера.( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
5. Стратегия и тактика технологий арт-менеджмента.( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
6. Технологические цепочки и конвейер производства в арт-индустрии.( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
7. Структура производства и потребления продуктов искусства.( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
8. Базовые категории рынка и рыночных отношений в арт-индустрии.( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
9. Этические нормы как неотъемлемая часть профессионализма арт-менеджера в деловой практике. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
10. Виды деятельности арт-менеджера.( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
11. Профессиональные функции арт-менеджера.( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
12. Основные этапы развития арт-индустрии в России.( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
13. Характеристика понятия «художественно-творческая продукция.( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
14. Стратегия распределения и распространения художественно-творческой продукции.( .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
15. Основные этапы развития арт-индустрии в России .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)

16. Правовое обеспечение, регулирующие проблемы в шоу-бизнесе. ( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
17. Основные составляющие управления в сфере искусства. .( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
18. Выдающиеся русские и российские импресарио и антерпренеры ( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11)
19. Особенности становления и развития российского арт-менеджмента.( ПК-1,ПК-6,ПК-9,ПК-10,ПК-11).

#### **5.4. Методические материалы по оцениванию результатов обучения**

Для положительной сдачи зачета и экзамена студенту необходимо выполнить теоретические и практические составляющие учебной деятельности в рамках освоения материала настоящего учебного курса. Практическая составляющая работы сводится к успешному выполнению всех заданий к семинарским занятиям, содержащихся в разделе настоящей рабочей программы. Теоретическая составляющая работы сводится к успешному полному раскрытию вопросов к зачету и экзаменационных билетов, содержащихся в перечне вопросов к экзамену, представленных в пункте 5.3. настоящей рабочей программы.

Критериями успешности освоения студентом данной учебной дисциплины при проведении текущего и *итогового контроля* являются:

1. Качество ответов на зачете и экзамене.
2. Активность и адекватность поведения студента на семинарских занятиях, выполнение каждым студентом всех практических работ, осмысленность и самостоятельность суждений, проявленных в ходе устного опроса.
3. Правильные ответы на вопросы по содержанию базовых источников из списков рекомендованной литературы по дисциплине.
4. Демонстрация знания необходимых терминов, понятий, категорий и теорий.
5. Наличие собственного видения рассматриваемой проблемы, сформированного на основе изучения и анализа научных работ, выполнения практических заданий.

Для эффективной подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине необходимо использовать рекомендованную основную и дополнительную литературу, конспекты лекций, записи, сделанные в ходе подготовки к семинарским и практическим занятиям, выполненные рефераты.

По результатам сдачи экзамена студенты получают оценку («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Оценка знаний в ходе зачета производится в рамках собеседования по вопросам, представленным в настоящей рабочей программе по результатам сдачи зачета студенты получают оценочную запись «зачтено», «незачтено».

В случае неудовлетворительной оценки студент имеет право пересдать экзамен или зачет в установленном порядке.

*Основные составляющие содержания текущего, промежуточного и итогового контроля результативности изучения дисциплины*

1. Проверка уровня освоения учебного материала, представленного на лекциях и семинарских занятиях;
2. Проверка знаний и умений, полученных в ходе самостоятельной подготовки к разным типам занятий;
3. Проверка знания и навыков владения категориально-понятийным аппаратом;

*Основные аспекты текущего, промежуточного и итогового контроля результативности изучения дисциплины*

Текущий контроль включает:

- проверку конспектов лекций;
- проверку качества подготовки и представления на семинарах и рефератов и докладов;
- проверку подготовки к семинарам и практическим занятиям по проблемным вопросам (устная или письменная);

Промежуточный и итоговый контроль включает:

- подготовка контрольных вопросов к экзамену
- проведение экзамена согласно всем требованиям

*Отдельные формы контроля результативности изучения дисциплины*

*Конспект* позволяет формировать и оценивать умения студентов по переработке информации. При оценке конспекта критериями выступают:

- оптимальный объем текста (не более одной трети оригинала);
- логическое построение и связность текста;
- полнота и глубина изложения материала (наличие ключевых положений, мыслей);
- визуализация информации как результат ее обработки (таблицы, схемы, рисунки);
- оформление (аккуратность, соблюдение требований к оформлению).

*Реферат* – продукт самостоятельной работы, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения. Студент может заменить устное выступление на семинарском занятии на выступление с рефератом по предложенной теме. При оценке реферата (собственно текста и процедуры защиты) критериями выступают:

- информационная достаточность;
- соответствие материала теме и плану;
- стиль и язык изложения (целесообразное использование терминологии, пояснение новых понятий, лаконичность, логичность, правильность применения и оформления цитат и др.);
- наличие выраженной собственной позиции;

- адекватность и количество использованных источников (7– 10);
- владение материалом.

*Собеседование* – средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной и рассчитанное на выяснение объема знаний по определенному вопросу (из перечня вопросов к зачетам). При оценивании результатов собеседования критериями оценки результатов выступают:

- усвоения знаний (глубина, прочность, систематичность знаний);
- умений применять знания (умение привести примеры, связать теорию с практикой);
- умение логически выстроить ответ;
- коммуникативные навыки (умение поддерживать беседу).

## **6. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

### **6.1 Основная и дополнительная учебная литература**

#### ***Основная литература***

1. Переверзев, Менеджмент в сфере культуры и искусства: Учеб пособие /М. П. Переверзев, Т. В. Косцов; под ред. М.П. Переверзева. – Москва: ИНФА-М, 2018. -189, [1]с.
2. Рудич, Л.И. Предпринимательская и инновационная деятельность в сфере культуры и искусства / Л.И. Рудич. – Кемерово: КемГУКИ, 2013. – 209 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227897> (дата обращения: 08.11.2019). – ISBN 978-5-8154-0260-7. – Текст: электронный.
3. Тульчинский, Г.Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учеб. пособие / Г.Л. Тульчинский, С.В. Герасимов, Т.Е. Лохина. – Санкт-Петербург: Лань, 2010. - 381 с. : ил.

#### ***Дополнительная литература***

1. Арт-менеджмент / Л.Н. Жуковская, С.В. Костылева, В.С. Лузан и др. ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2016. – 188 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496978> (дата обращения: 08.11.2019). – Библиогр.: с. 179-184. – ISBN 978-5-7638-3491-8. – Текст : электронный

#### ***Рекомендуемая литература***

1. Тульчинский, Г.Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие для студентов вузов / Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова . – Изд. 4-е, испр. и доп. –Санкт-Петербург: Лань, 2013. – 541 с.
2. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. Практикум: учебное пособие / Е.Л. Шекова, Г.Л. Тульчинский, В.Н. Евланов, Э.В. Новаторов. — Санкт-Петербург: Планета музыки, 2012. – 160 с. — ISBN 978-5-91938-068-9. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com/book/3820> (дата обращения: 08.11.2019).

3. Шмитт, Б. Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений = There's no Business that's not show Business. Marketing in an Experience Culture : [монография] / Б. Шмитт, Д. Роджерс, К. Вроцос ; [пер. с англ. С.В. Балацкого]. - М. [и др.] : Вильямс, 2005. - 399 с. с.

4. Ахиезер А. Н. Социокультурный словарь [Электронный ресурс]. – РОСТОВ-НА-ДОНУ.: ФЕНИКС, 2013. -153с. - Режим доступа: режим свободного доступа :<http://www.rsl.ru>

## 6.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

В соответствии с лицензионными нормативами обеспечения библиотечно-информационными ресурсами библиотека организует индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, к учебным материалам Электронно-библиотечных систем (ЭБС):

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». Издательство: ООО «НексМедиа». Принадлежность сторонняя. [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru). Количество ключей (пользователей): 100% on-line. Характеристики библиотечного фонда, доступ к которому предоставляется договором: доступ к базовой части ЭБС.

2. ЭБС «Издательство Планета музыки». Электронно-библиотечная система ООО «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ». Принадлежность сторонняя. [www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com). Количество ключей (пользователей): 100% on-line. Характеристики библиотечного фонда, доступ к которому предоставляется договором: доступ к коллекциям: «Музыка и театр», «Балет. Танец. Хореография».

3. БД Электронная Система «Культура». База Данных Электронная Система «Культура». Принадлежность сторонняя. <http://www.e-mcfr.ru>.

4. Web ИРБИС Хабаровский государственный институт искусств и культуры (электронный каталог). Международная ассоциация пользователей и разработчиков электронных библиотек и новых информационных технологий (ассоциация ЭБНИТ). Принадлежность сторонняя. <http://irbis.hgiik.ru>.

5. eLIBRARY.ru – Научная электронная библиотека. ООО Научная электронная библиотека. Принадлежность сторонняя. <http://elibrary.ru/> Лицензионное соглашение № 13863 от 03.10.2013 г. – бессрочно.

6. Электронно-библиотечная система ФГБОУ ВО «ХГИК». ФГБОУ ВО «ХГИК». Принадлежность собственная. Локальный доступ. <http://carta.hgiik.ru>. Приказ по Институту № 213-об от 07.10.2013 г.

7. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Электронная библиотека. ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика», Министерство образования и науки РФ. Принадлежность сторонняя. Свободный доступ. <http://window.edu.ru>

8. Единая коллекция Цифровых Образовательных Ресурсов. ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». Принадлежность сторонняя. Свободный доступ. <http://school-collection.edu.ru>

9. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов, ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». Принадлежность сторонняя. Свободный доступ. <http://fcior.edu.ru>

Для подготовки научных работ обучающиеся могут использовать полнотекстовую базу данных Web of Science. Режим доступа: электронный, из внутренней сети института. Официальный сайт: [webofknowledge.com](http://webofknowledge.com)

### **6.3. Информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Программно-информационное обеспечение учебного процесса соответствует требованиям федерального государственного образовательного стандарта.

Для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используется следующее программное обеспечение:

–лицензионное проприетарное программное обеспечение:

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office (в состав пакетавходят: Word, Excel, PowerPoint, FrontPage, Access)
3. Adobe Creative Suite 6 Master Collection (всоставпакетабходят: Photoshop CS6 Extended, Illustrator CS6, InDesign CS6, Acrobat X Pro, Dreamweaver CS6, Flash Professional CS6, Flash Builder 4.6 Premium Edition, Dreamweaver CS6, Fireworks CS6, Adobe Premiere Pro CS6, After Effects CS6, Adobe Audition CS6, SpeedGrade CS6, Prelude CS6, Encore CS6, Bridge CS6, Media Encoder CS6);

–свободно распространяемое программное обеспечение:

1. набор офисных программ Libre Office
2. аудиопроигрыватель AIMP
3. видеопроигрыватель Windows Media Classic
4. интернет-браузер Chrome.

Для самостоятельной подготовки студентов к занятиям по дисциплине требуется обращение к программному обеспечению MicrosoftWindows, MicrosoftOffice, в том числе для подготовки мультимедийных презентаций по темам семинаров в программе PowerPoint. Для создания конечных неотредактируемых версий документа рекомендуется использовать AcrobatXPro, входящий в состав пакета AdobeCreativeSuite 6 MasterCollection.

При изучении дисциплины обучающиеся имеют возможность использования информационно-справочных систем «Культура» и «Гарант», также реферативных и библиометрических баз данных рецензируемой

литературы Web of Science и Scopus, в соответствии с заключенными договорами.

На всех компьютерах в институте установлено лицензионное антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security. Необходимым условием информационной безопасности института является обязательная проверка на наличие вирусов внешних носителей перед их использованием с помощью Kaspersky Endpoint Security.

Перечисленное программное обеспечение обновляется по мере выхода новых версий программ в рамках соответствующих лицензий и соглашений.

#### **6.4 Материально-техническая база**

Материально-техническое обеспечение реализуемой дисциплины соответствует требованиям федерального государственного образовательного стандарта.

Для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в учебном процессе активно используются следующие специальные помещения:

- ауд. 203б, 211 оснащены мультимедийными презентационными комплексами в составе проектора, активной акустической системы, персонального компьютера; есть телевизор, столы, стулья, столы письменные для преподавателей, доски настенные, аудиторные. Чтение лекций сопровождается следующими видами учебно-наглядных пособий: слайд-презентации, фотоматериалы.

Для самостоятельной работы студентов предназначены:

- ауд. 209 (читальный зал), оборудованный персональными компьютерами, обеспечивающими доступ к электронной информационно-образовательной среде организации, к сети «Интернет», к электронным библиотечным системам; есть столы, стулья, книжные шкафы, книжный и документационный фонд, телевизор.

При необходимости в учебном процессе используются комплекты переносных демонстрационных комплексов (ноутбук, проектор, экран).

Все компьютеры Института объединены в локальную сеть, с каждого из них возможен выход в глобальную сеть Интернет. Институт использует выделенный канал со скоростью 10 Мб/с. Для студентов имеется возможность выхода в сеть Интернет с мобильных устройств посредством сети WiFi, которая установлена в читальном зале Института.

Чтение лекций сопровождается следующими видами учебно-наглядных пособий: слайд-презентации.

### **7. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА**

Воспитание обучающихся при освоении ими основных профессиональных образовательных программ (далее – ОПОП) осуществляется на основе рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы, включаемых в ОПОП.



Цель воспитательной работы – создание условий для активной жизнедеятельности обучающихся, их гражданского самоопределения, профессионального становления и индивидуально-личностной самореализации в созидательной деятельности для удовлетворения потребностей в нравственном, культурном, интеллектуальном, социальном и профессиональном развитии.

Задачи воспитательной работы: развитие мировоззрения и актуализация системы базовых ценностей личности, приобщение к общечеловеческим нормам морали, национальным устоям и академическим традициям; воспитание уважения к закону, нормам коллективной жизни, развитие гражданской и социальной ответственности; воспитание положительного отношения к труду, формирование культуры и этики профессионального общения; формирование личностных качеств, необходимых для эффективной профессиональной деятельности; воспитание внутренней потребности личности в здоровом образе жизни, ответственного отношения к природной и социокультурной среде; повышение уровня культуры безопасного поведения.

Особенности и традиции Института обуславливают следующие основные направления воспитательной работы: патриотическое, гражданское, духовно-нравственное, культурно-творческое, научно-образовательное, профессионально-трудовое, волонтерское (добровольческое), экологическое, физическое. Виды деятельности обучающихся в воспитательной системе образовательной организации: проектная деятельность (как коллективное творческое дело), волонтерская деятельность, учебно-исследовательская и научно-исследовательская деятельность, досуговая, творческая и социально-культурная деятельность и др.

Воспитательный потенциал учебно-исследовательской и научно-исследовательской деятельности реализуется в процессе развития исследовательской компетентности обучающихся на протяжении всего срока их обучения в Институте. Результаты студенческой научно-исследовательской деятельности проходят апробацию в рамках научных и научно-практических конференций различного уровня, в т.ч. конференций, организованных Институте.

Социально-культурная и творческая деятельность обучающихся реализуется при организации и проведении значимых событий и мероприятий гражданско-патриотической, научно-исследовательской, социокультурной и физкультурно-спортивной направленности. Виды творческой деятельности обучающихся в Институте: музыкальное творчество, хореографическое творчество, театральное творчество, научное творчество, медиапроекты и др.

Волонтерская деятельность обучающихся – широкий круг направлений созидательной деятельности, включающий различные формы гражданского участия. По инициативе обучающихся и при их активном участии в Институте осуществляет свою деятельность добровольческий отряд «Мы».

Реализацию Рабочей программы воспитания помогает обеспечивать взаимодействие с различными социальными институтами, субъектами воспитания. Особое значение для воспитательного процесса имеет организация практической деятельности обучающихся с целью развития профессиональных компетенций в условиях Института и профильных учреждений и организаций.

## **8. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ (ОВЗ)**

В процессе изучения дисциплины и осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья применяются адаптированные формы обучения с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей.

Обучение лиц с ограниченными возможностями и инвалидов организуется как совместно с другими обучающимися на лекционных и практических занятиях, так и по индивидуальному учебному плану. Во время приемной кампании, а также во время сдачи различных форм промежуточной и государственной итоговой аттестации в Институте созданы необходимые условия для оказания технической помощи инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья (при необходимости может быть допущено присутствие в аудитории ассистентов, сопровождающих лиц, собаки-поводыря и т.п.).

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, при необходимости, могут быть обеспечены электронными и печатными образовательными ресурсами с учетом их индивидуальных потребностей. Для реализации доступной среды при необходимости в учебном процессе могут быть задействованы документ-камера для увеличения текстовых фрагментов и изображений (для лиц с нарушениями зрения) и переносная индукционная система для слабослышащих «Исток» А2 со встроенным плеером – звуковым информатором.

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» предоставляет обучающимся с ОВЗ (по зрению) ряд возможностей для обеспечения эффективности процесса обучения. При чтении масштаб страницы сайта можно увеличить с помощью специального значка на главной странице. Можно использовать полноэкранный режим отображения книги или включить озвучивание непосредственно с сайта при помощи программ экранного доступа (например, Jaws , «Balabolka»). Скачиваемые фрагменты в формате pdf, имеющие высокое качество, могут использоваться тифлопрограммами для голосового озвучивания текстов, могут быть загружены в тифлоплееры, а также скопированы на любое устройство для комфортного чтения.

Сервис ЭБС «Цитатник» помогает пользователю извлечь цитату и автоматически формирует корректную библиографическую ссылку, что

особенно актуально для лиц с ограниченными возможностями и облегчает процесс написания научной работы любого характера.

Для подготовки к занятиям обучающиеся с ОВЗ (по зрению) могут использовать мобильное приложение ЭБС «Лань», предназначенное для озвучивания текста книги. Режим доступа: электронный, приложение скачивается обучающимся самостоятельно с сайта [e.lanbook.ru](http://e.lanbook.ru), необходимое условие: быть зарегистрированным в ЭБС «Лань». Используется свободно распространяемая программа экранного доступа Nvda.

Подробнее об организации доступной среды см. соответствующий раздел основной профессиональной образовательной программы.