



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.01.01 МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ АРТУСЛУГ**

Направление подготовки: 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Направленность (профиль): Арт-менеджмент и перевод (английский, французский языки)

Квалификация (степень): бакалавр

Форма обучения: очная

Институт: филологии

Кафедра: дизайна, художественного образования и технологий

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	3		
Семестр/триместр	5,6		

Лекции	30		
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия	30		
Консультации			
Форма(ы) промежуточной аттестации	Зачет – 0,4		
Контроль			
Самостоятельная работа	83,6		

Всего часов: 144

Трудоемкость: 4 зачетные единицы

Разработчик рабочей программы:

кандидат педагогических наук, доцент Е.А. Борисова

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель изучения дисциплины:

Целями освоения дисциплины «Маркетинг в сфере артуслуг» являются: формирование способности к системному пониманию теоретических и методологических основ маркетинга в сфере артуслуг, его сущности и специфики, ориентирования в функциях маркетинговой деятельности в сфере артуслуг, формирование навыков анализа и создания проектов в различных сферах деятельности арт-менеджмента, овладение технологиями разработки целевых и комплексных программ сохранения и развития социокультурной сферы.

Задачи изучения дисциплины:

Задачами изучения дисциплины «Маркетинг в сфере артуслуг» являются:

- организация творчески и коммерчески успешного процесса функционирования и развития искусства в обществе, разработка и реализация художественно-творческих мероприятий и событий (фестивалей, концертов, спектаклей, постановок, выставок, конкурсов, мастер-классов и др.);
- обеспечение творческо-производственной и рекламно-маркетинговой деятельности, направленной на эффективную реализацию целевых социокультурных проектов и программ;
- изучение потребительского спроса на проведение художественно-творческих мероприятий и событий (фестивалей, концертов, спектаклей, постановок, выставок, конкурсов, мастер-классов и др), произведения искусства и т.п.;
- формирование художественно-эстетических ценностей, идеалов и взглядов личности посредством профессиональной, социальной и просветительской деятельности;
- создание условий для успешного личностно-профессионального становления и развития специалистов сферы культуры и искусства;
- обеспечение разработки и принятия обоснованных решений по вопросам развития искусства, формирования социокультурной среды, художественного образования и воспитания.

Место дисциплины в структуре ОПОП: реализуется в рамках части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 (дисциплины).

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Код компетенции	Индикаторы компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-9	Знать: - понятийный аппарат экономической науки и базовые принципы функционирования экономики; – цели и механизмы основных видов социальной экономической политики.	Знает: - понятийный аппарат экономической науки и базовые принципы функционирования экономики в области артуслуг; – цели и механизмы основных видов социальной экономической политики.

	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели; - использовать финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом); 	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать методы экономического и финансового планирования в области артуслуг для достижения поставленной цели; - использовать финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом);
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности. 	<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в области маркетинга в сфере артуслуг.
<p>ПКС-2</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - концептуальные положения и требования к прикладным и исследовательским проектам в области арт-менеджмента; - теорию и историю искусств; - функции государственных органов управления культурой; - формы, методы организации мероприятий по визуализации, трансляции, реализации произведений искусства; - требования к работе руководителя прикладными и исследовательскими проектами в области арт-менеджмента; - методы руководства прикладными и исследовательскими проектами в области арт-менеджмента; - подходы к планированию внеурочной учебно-проектной творческой деятельности обучающихся; - особенности проектирования процесса организации внеурочной учебно-проектной творческой деятельности обучающихся с использованием современных методик и образовательных технологий 	<p>Знание:</p> <ul style="list-style-type: none"> - концептуальных положений и требований к прикладным и исследовательским проектам в области арт-менеджмента; - теории и истории искусств; - функций государственных органов управления культурой; - форм, методов организации мероприятий по визуализации, трансляции, реализации произведений искусства; - требований к работе руководителя прикладными и исследовательскими проектами в области арт-менеджмента; - методов руководства прикладными и исследовательскими проектами в области арт-менеджмента; - подходов к планированию внеурочной учебно-проектной творческой деятельности обучающихся; - особенностей проектирования процесса организации внеурочной учебно-проектной творческой деятельности обучающихся с использованием современных методик и образовательных технологий
	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать прикладные и исследовательские проекты в области арт-менеджмента; 	<p>Умение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать прикладные и исследовательские проекты в области арт-менеджмента;

	<p>– организовывать деятельность по руководству прикладными и исследовательскими проектами в области арт-менеджмента;</p> <p>– организовывать мероприятия по визуализации, трансляции, реализации произведений искусства;</p> <p>– планировать, моделировать и реализовывать различные организационные формы в процессе внеурочной учебно-проектной творческой деятельности обучающихся;</p> <p>– обосновывать выбор методов организации внеурочной учебно-проектной творческой деятельности обучающихся</p>	<p>– организовывать деятельность по руководству прикладными и исследовательскими проектами в области арт-менеджмента;</p> <p>– организовывать мероприятия по визуализации, трансляции, реализации произведений искусства;</p> <p>– планировать, моделировать и реализовывать различные организационные формы в процессе внеурочной учебно-проектной творческой деятельности обучающихся;</p> <p>– обосновывать выбор методов организации внеурочной учебно-проектной творческой деятельности обучающихся</p>
	<p>Владеет:</p> <p>– предметным содержанием теории и истории искусств;</p> <p>– функциями руководства прикладными и исследовательскими проектами в области арт-менеджмента;</p> <p>– способностью организовывать и руководить проведением мероприятий по визуализации, трансляции, реализации произведений искусства</p> <p>– способностью планировать и проектировать внеурочную учебно-проектную творческую деятельность обучающихся;</p> <p>– методами обучения и современными образовательными технологиями внеурочной учебно-проектной творческой деятельности обучающихся</p>	<p>Владение:</p> <p>– предметным содержанием теории и истории искусств;</p> <p>– функциями руководства прикладными и исследовательскими проектами в области арт-менеджмента;</p> <p>– способностью организовывать и руководить проведением мероприятий по визуализации, трансляции, реализации произведений искусства</p> <p>– способностью планировать и проектировать внеурочную учебно-проектную творческую деятельность обучающихся;</p> <p>– методами обучения и современными образовательными технологиями внеурочной учебно-проектной творческой деятельности обучающихся</p>

II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	

	Раздел 1. Маркетинговые технологии в арт-менеджменте	71,8	14	14		43,8
1.	Тема 1. Введение. Цели и задачи дисциплины.	13	4	2		7
2.	Тема 2. Маркетинговые технологии в менеджменте .	11	2	2		7
3.	Тема 3. Использование инструментария маркетинговых коммуникаций в артменеджменте..	11	2	2		7
4.	Тема 4. Методы, технологии и функции маркетинга в арт-менеджменте.	11	2	2		7
5.	Тема 5. Рекламные технологии в структуре артменеджмента .	11	2	2		7
6.	Тема 6. Арт-менеджер как субъект социально-культурной деятельности.	13	2	4		8,8
	<i>Форма отчетности</i>	<i>За – 0,2</i>				
	<i>Итого за 5 семестр</i>	<i>72</i>	<i>14</i>	<i>14</i>		<i>43,8</i>
	Раздел 2. Виды и характеристики маркетинговой деятельности в сфере арт-услуг	71,8	16	16		39,8
7.	Тема 1. Виды маркетинговой деятельности.	21	4	4		13
8.	Тема 2. Маркетинговая деятельность по изучению потребителя арт-услуг	25	6	6		13
9.	Тема 3. Виды и характеристики арт-услуг.	25	6	6		13,8
	<i>Форма отчетности</i>	<i>За – 0,2</i>				
	<i>Итого за 6 семестр</i>	<i>72</i>	<i>16</i>	<i>16</i>		<i>39,8</i>
	ИТОГО:	144	30	30		36

Очно-заочная форма обучения не реализуется

Заочная форма обучения не реализуется

III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Текущая аттестация проводится в форме контрольной работы.

Типовой вариант контрольной работы

Фрагмент теста:

1. Историческая обусловленность арт-менеджмента означает:
 - а) арт-менеджмент оставил важный след в истории
 - б) арт-менеджмент существовал в далеком прошлом
 арт-менеджмент возник и эволюционировал вследствие изменившихся социально-экономических вызовов эпохи
2. Истоки практики арт-менеджмента относятся:

- а) к XIX веку
 - б) периоду античности
 - в) XVII веку
3. Меценат – это:
- а) имя собственное
 - б) должность при императоре
 - в) вид негосударственной поддержки искусства

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме зачета с использованием следующих оценочных материалов: вопросы к зачету.

Вопросы к зачету (5 семестр, очная форма обучения)

1. Понятие арт-менеджмента как вида управленческой деятельности.
2. Профессиональное назначение арт-менеджмента, его деятельность и профессиональные компетенции.
3. Понятие «профессиональная управленческая культура менеджера» и сущность его профессионального мастерства.
4. Понятие «проектная деятельность в сфере арт-менеджмента».
5. Основные подходы к социальному проектированию.
6. Сущность и принципы социокультурного проектирования.
7. Основные характеристики и этапы социально-культурного проекта.
8. Социокультурное проектирование как вид управленческой деятельности в сфере культуры и искусства.
9. История возникновения и развитие арт-менеджмента в России.
- 10.. Организационно-управленческие технологии в арт-индустрии.
11. Создание коммерческих фирм в сфере культуры и искусства.
12. Технологии создания арт-проекта.
13. Маркетинговые технологии в менеджменте.
14. Технологии PR и реклама в арт-менеджменте.
15. Технологии формирования имиджа субъектов арт-индустрии.
16. Интеллектуальная собственность в арт-индустрии и защита авторских прав.
17. Менеджмент и организация благотворительной деятельности в сфере культуры и искусств.
18. Антреприза как форма предпринимательской деятельности.
19. Задачи арт-менеджмента в сохранении самобытности народных ремесел.
20. Арт-менеджмент в структуре этнокультурной деятельности.
21. Фестивальный менеджмент в сфере любительского художественного творчества.
22. Арт-менеджмент концертных проектов в сфере популярной музыки.
23. Менеджмент в деятельности детских концертных организаций.
24. Технологии арт-менеджмента в культурно-досуговой индустрии.

Вопросы к зачету (6 семестр, очная форма обучения)

1. Рекламные технологии в структуре арт-менеджмента.
2. Использование инструментария маркетинговых коммуникаций в арт-менеджменте.
3. Кадровые ресурсы арт-менеджмента.
4. Государственное управление культурой и искусством.
5. Механизмы финансирования арт-индустрии.
6. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности арт-индустрии.
7. Система мировой арт-индустрии и место в ней российского арт-менеджмента.
8. Стратегия и тактика в технологиях арт-менеджмента.
9. Арт-менеджмент в музейном, выставочном и экспозиционном деле.
10. Арт-менеджмент в изобразительном искусстве.
11. Арт-менеджмент культурно-просветительской и досуговой деятельности.
12. Арт-менеджмент в кинематографе.
13. Информационное обеспечение арт-менеджмента.
14. Проблема управления качеством в процессе создания социально-культурного проекта.
15. Содержание мотивации и формирование мотивационных условий в сфере арт-менеджмента.
16. Создание команды в процессе подготовки и реализации арт-проекта.
17. Технология франчайзинга в арт-менеджменте.
18. Программный подход как инструмент арт-менеджмента.
19. Коммерческие и некоммерческие проекты в арт-менеджменте.
20. Роль масс-медиа в арт-менеджменте и создании арт-проектов.
21. Инновационные технологии в сфере арт-менеджмента.
22. Арт-менеджмент в театральном деле.
23. Маркетинг, франчайзинг, реклама и PR как инструменты арт-менеджмента в театральном деле и гастрольной деятельности.

IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

1. Арт-менеджмент: учебное пособие / Л.Н. Жуковская, С.В. Костылева, В.С. Лузан и др.; Сибирский федеральный университет. – Красноярск: Сибирский федеральный университет (СФУ), 2016. – 188 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496978>

5.2. Дополнительная литература

1. Байрнс, У.Д. Менеджмент и культура=Management and the arts / У.Д. Байрнс; под науч. ред. И. Чубарова; пер. с англ. И. Кушнаревой. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 624 с.: ил. – (Исследования культуры). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577242>

2. Карцева, Е.А. Выставочное и галерейное дело: учебное пособие / Е.А. Карцева. – Москва: Директмедиа Паблишинг, 2019. – 197 с.: табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496771>

V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	https://www.culture.ru/	Портал популяризации культурного наследия и традиций народов России «Культура РФ»	Свободный доступ
2.	http://ecsocman.hse.ru	Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»	Свободный доступ

VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	www.garant.ru	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
3.	www.elibrary.ru	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
4.	www.consultant.ru	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ

VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.