


**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И МОЛОДЕЖИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГООУК ЛНР «ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ М. МАТУСОВСКОГО»**

Кафедра межкультурной коммуникации и иностранных языков

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 – А.Н. Кулиш
28.08 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ**

Уровень основной образовательной программы – бакалавриат

Направление подготовки – 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль – Межкультурная коммуникация и арт-продюсирование

Статус дисциплины – вариативная

Учебный план 2020 года

Описание учебной дисциплины по формам обучения

Очная								Заочная								
Курс	Семестр	Всего час. / зач. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ. (семинарские)	Самост. работа, час.	Форма контроля	Курс	Семестр	Всего час. / зач. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ. (семинарские) занятия, час.	Самост. работа, час.	Курсовая работа	Форма контроля
3-4	5,6,7	216,6	10	50	50	116	Экзамен	3-4	5,6,7	216,6	24	12	12	192		Экзамен
Всего		216,6	10	50	50	116	Экзамен	Всего		216,6	24	12	12	192		Экзамен

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ООП ГОС ВО.

Программу разработала Осу О.Б. Сероганова, преподаватель кафедры межкультурной коммуникации и иностранных языков

Рассмотрено на заседании кафедры межкультурной коммуникации и иностранных языков (ГООУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. Матусовского»)

Протокол № 7 от 28.08 2020 г. Зав. кафедрой  В.В. Унукович

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Арт-менеджмент» является вариативной частью дисциплин ООП ГОС ВО (уровень бакалавриата) и адресована студентам 3-4 курса (V, VI, VII семестр) направления подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, профиль – Арт-продюсирование и межкультурная коммуникация ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского». Дисциплина реализуется кафедрой межкультурной коммуникации и иностранных языков.

Курс знакомит студентов с основными методами и техниками продвижения арт-продукта, с опорой на культурологические принципы развития общества, формирование исторически-социального опыта людей. Это предполагает освоение знаний об управлении организациями сферы культуры и искусств.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, курсовая работа, самостоятельная работа студентов.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме:

- устная (устный опрос, доклад по результатам самостоятельной работы и т. п.);
- письменная (письменный опрос, выполнение тестов и т. д.).

И итоговый контроль в форме зачета, экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6,0 зачетных единиц, 216 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 50, практические занятия – 50 часов, самостоятельная работа – 116 часов.

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью курса является освоение теоретических основ менеджирования в сфере художественно-зрелищного обслуживания, концертной деятельности государственных и негосударственных организаций, а также культурно-развлекательного бизнеса

Задачи дисциплины:

- осуществление функций специалиста, референта, консультанта, руководителя небольших структурных подразделений в государственных органах управления культурой, в организациях сферы культуры и искусства (театры, филармонии, концертные организации и др.), в творческих союзах и обществах;
- работа с авторами (композиторами, аранжировщиками, инсценировщиками, либреттистами, поэтами и др.);
- участие в работе по организации творческих проектов (концертов, фестивалей, конкурсов, мастер-классов, юбилейных мероприятий и др.);
- осуществление постоянной связи со средствами массовой информации (радио, телевидение, интернет, периодические издания) с целью пропаганды музыкального искусства и культуры;
- участие в проведении пресс-конференций, других PR-акций.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина «Арт-менеджмент» включена в вариативную часть. Данному курсу должно предшествовать/сопутствовать изучение таких дисциплин, как «Экономика» и «История мирового театра», «История изобразительного искусства», «Литература стран изучаемых языков».

Изучение дисциплины «Арт-менеджмент» способствует успешному овладению студентами таких дисциплин как «Коммуникативные стратегии / Коммуникативные тактики», «Маркетинговые коммуникации в сфере культуры / Реклама и PR в продюсировании».

В программе учтены межпредметные связи с другими учебными дисциплинами.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций в соответствии с ГОС ВО направления 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, профиль – Арт-продюсирование и межкультурная коммуникация.

Общекультурная компетенция (ОК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОК-5	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

Общепрофессиональная компетенция (ОПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОПК-2	способностью анализировать основные контексты социального взаимодействия;
ОПК-4	способностью использовать основные положения и методы социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач, анализировать социально-значимые проблемы и процессы.

Профессиональная компетенция (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ПК-9	способностью разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах.

В результате изучения дисциплины «Арт-менеджмент» студенты должны **знать**:

- особенности организации деятельности культурно-просветительских учреждений;
- принципы, технологии и методы современного арт-менеджмента;
- основы теории поведения потребителя на арт-рынке.

Овладев курсом, студенты должны **уметь**:

уметь:

– разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах;

– работать в профессиональных коллективах, способностью обеспечивать работу данных коллективов соответствующими материалами при всех вышеперечисленных видах профессиональной деятельности;

владеть:

- навыками составления концертных программ, филармонических абонементов;
- основами эффективного планирования рабочего времени;
- эффективных деловых коммуникаций в ходе межличностного взаимодействия.

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия разделов и тем	Количество часов							
	очная форма				заочная форма			
	всего	в том числе			всего	в том числе		
		л	пр.	с.р.		л	пр.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Раздел 1. Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности								
Тема 1. Введение в курс «Арт-менеджмент»	9	2	2	5	9	2	2	5
Тема 2. Становление арт-менеджмента за рубежом	9	2	2	5	12			12
Тема 3. Российский арт-менеджмент в системе мировой арт-индустрии	9	2	2	5	10			10
Тема 4. Музыкальный шоу-бизнес - часть арт-индустрии	9	2	2	5	10			10
Тема 5-6. Арт-менеджмент в сфере зрелищных видов искусства	10	4	4	6	14	2	2	10
Тема 7. Арт-менеджмент в сфере народной художественной культуры	10	2	2	5	10			10
Тема 8. Арт-менеджмент как вид проектной деятельности	9	2	2	5	10			10
Тема 9. Нормативно-правовые основы арт-менеджмента	9	2	2	5	10			10
Раздел 2. Проектный менеджмент								
Тема 10. Студия грамзаписи как звено музыкального шоу-бизнеса	9	2	2	5	10			10
Тема 11. Профессионализм и мастерство арт-менеджера	9	2	2	5	10			10
Тема 12. Менеджмент гастрольной деятельности	9	2	2	5	14	2	2	10
Тема 13. Виды и классификация ночных клубов	9	2	2	5	10			10
Тема 14. Эстрадный имидж исполнителя	9	2	2	5	14	2	2	10
Тема 15. Бизнес-планирование творческого проекта	9	2	2	5	10			10
Раздел 3. Технологии арт-менеджмента								
Тема 16-17. Реклама в сфере арт-менеджмента	18	4	4	10	9	2	2	5
Тема 18. Инновационные технологии в сфере арт-индустрии	9	2	2	5	14	2	2	10
Тема 19-21. Тенденции развития арт-индустрии	22	6	6	10	10			10
Тема 22. Кадровый ресурс арт-менеджера	9	2	2	5				
Тема 23. Механизмы управления организации в сфере культуры и искусств	9	2	2	5	10			10
Тема 24. Технологический арт-менеджмент	9	2	2	5	10			10
Тема 25. Технологии организации шоу-программ	9	2	2	5				
<i>ВСЕГО часов по дисциплине</i>	216	50	50	116	216	12	12	192

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗДЕЛ 1. АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ВИД УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 1. Введение в курс «арт-менеджмент»

Социально-культурная сегментация. Ключевые понятия арт-менеджмента. Основные направления арт-индустрии. Качества арт-менеджера.

Тема 2. Становление арт-менеджмента за рубежом

Особенности становления арт-индустрии за рубежом. Развитие художественно-эстетической деятельности в пост-культуре. Массовое искусство и массовая культура. Основные направления развития арт-менеджмента за рубежом.

Тема 3. Российский арт-менеджмент в системе мировой арт-индустрии

Зарождение арт-менеджмента в России. Политика России в сфере культуры. Особенности формирования культурной политики в XXI веке

Тема 4. Музыкальный шоу-бизнес - часть арт-индустрии

Истоки музыкального шоу-бизнеса. Становление музыкально-издательской деятельности. Концертная деятельность. Музыкальная индустрия на современном этапе.

Тема 5-6. Арт-менеджмент в сфере зрелищных видов искусства

Функции управления. Методы управления театральными организациями. Антреприза как формат предпринимательской деятельности в сфере театрального искусства. Задачи арт-менеджмента в театрально-зрелищных предприятиях. Основные направления театрального арт-менеджмента. Приоритетные задачи учреждений культуры. Теории и технологии культурно-досуговой деятельности, продюсирования и постановки шоу-программ. Авторские права на постановку спектакля. Основные трудности профессии театрального менеджера.

Тема 7. Арт-менеджмент в сфере народной художественной культуры

Понятие этнокультурной деятельности. Арт-менеджмент в структуре этнокультурной деятельности. Фестивальный менеджмент.

Тема 8. Арт-менеджмент как вид проектной деятельности

Понятие проектного менеджмента. Промоутерская деятельность арт-менеджера. Этапы продвижения арт-продукта на рынок. Основные функции промоутерской деятельности. Основные тренды лейблов в шоу-бизнесе.

Тема 9. Нормативно-правовые основы арт-менеджмента

Охрана интеллектуальной собственности в сфере арт-менеджмента. Основные понятия Закона «О культуре» ЛНР. Понятие «авторское право» в Законе «Об авторских и смежных правах» ЛНР. Соавторство. Международное законодательство в сфере защиты авторских прав.

РАЗДЕЛ 2. ПРОЕКТНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Тема 10. Студия грамзаписи как звено музыкального шоу-бизнеса

Становление звукозаписывающей индустрии. Звукозапись в условиях технологического переворота. Организационно-правовые особенности западных рекорд-лейблов и их место в системе глобальной звукозаписи. Правовые нюансы урегулирования звукозаписывающей сферы и стратегические перспективы.

Тема 11. Профессионализм и мастерство арт-менеджера

Виды деятельности арт-менеджера. Профессиональные функции руководителя в сфере арт-индустрии. Основные направления работы арт-менеджера в цифровом формате. Аспекты деятельности арт-менеджера.

Тема 12. Менеджмент гастрольной деятельности

Понятие гастрольной деятельности. Культурная политика и гастрольная деятельность. Менеджмент в деятельности детских концертных организаций.

Тема 13. Виды и классификация ночных клубов

Особенности развития ночных клубов как специфической формы организации досуга. Классификация клубов. Феномен клуббинга в современной досуговой культуре.

Тема 14. Эстрадный имидж исполнителя

Понятие имиджа и его виды. Сценический имидж эстрадных певцов. Тенденции поп-арта и имидж исполнителя.

Тема 15. Бизнес-планирование творческого проекта

Планирование в учреждениях культуры и его основные виды. Структура бизнес-плана для творческого коллектива. Бизнес-план для творческой мастерской: особенности и структура.

РАЗДЕЛ 3. ТЕХНОЛОГИИ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТА**Тема 16-17. Реклама в сфере арт-менеджмента**

Рекламные технологии в структуре арт-менеджмента. Арт-стратегии как элемент городского развития. Технологии продвижения арт-продукта. Типы рекламных стратегий. Рациональные стратегии. Эмоциональные стратегии.

Тема 18. Инновационные технологии в сфере арт-индустрии

Инновационные стратегические проекты в арт-бизнесе. Особенности организации коммуникативного информационного пространства сферы искусства. Технологии привлечения внебюджетных источников финансирования.

Тема 19-21. Тенденции развития арт-индустрии.

Модели рынка в художественной сфере. Характеристика бизнес-среды. Альтернативные пути развития арт-рынка (на примере Норвегии). Социально-культурная сегментация. Функции сегментации. Условия сегментации. Структура современного арт-рынка. Особенности формирования культурной политики на современном этапе. Арт-рынок «по-британски». Культурная политика ЕС. Культурная политики США и Канады. Бразильская модель. Культурная политика России. Способ прогнозирования кризисных ситуаций. Творческое предпринимательство в контексте формирования креативной экономики и региональной политики в сфере культуры. Риск-менеджмент в современном арт-бизнесе.

Тема 22. Кадровый ресурс арт-менеджера

Понятие кадров в культуре. Человеческие ресурсы в культуре. Творческий ресурс. Практика ресурсного менеджмента. Типы лидерства и стили руководства.

Тема 23. Механизмы управления организации в сфере культуры и искусств

Основы управленческой деятельности. Основные составляющие организации. Структурирование деятельности. Функции управления. Организационные отношения.

Тема 24. Технологический арт-менеджмент

Специфика технологий арт-менеджмента. Творческие проекты как новые формы деятельности. Управление проектами. Технологии проектирования.

Тема 25. Технологии организации шоу-программ

Специфика жанра ток-шоу. Эволюция требований к продюсеру шоу-программ. Организация ток-шоу на радио. Организация шоу-программ для молодежи. Интерактивные рекламные технологии в шоу-бизнесе. Менеджмент шоу-программ как основа духовного развития.

7. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов подразумевает работу под руководством преподавателя (консультации, помощь в выполнении программы) и индивидуальную работу студента, выполняемых, в том числе, в компьютерном классе с выходом в Интернет и читальных залах академии.

При реализации образовательных технологий используются следующие виды самостоятельной работы:

- работа с конспектом занятия (обработка текста);
- работа над учебным материалом учебника;
- творческая работа;
- поиск информации в сети «Интернет» и литературе;
- подготовка к сдаче экзамена.

7.1. ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

РАЗДЕЛ 1. АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ВИД УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 1. Введение в курс «Арт-менеджмент».

1. Социально-культурная сегментация.
2. Ключевые понятия арт-менеджмента.
3. Основные направления арт-индустрии.
4. Качества арт-менеджера.

Ключевые понятия и термины: менеджмент, маркетинг, арт-менеджмент, социокультурное сегментирование, социокультурная деятельность.

Key concepts and terms: management, marketing, art management, sociocultural segmentation, sociocultural activities.

Выполнить:

1. Подготовить (устно) ответы на вопросы практического занятия.
2. Compile a glossary of the basic concepts of art management.
3. Prepare a message: «Basic communication skills and skills of an art manager»

Литература: [1, с.6-20], [2, с. 6-19], [3, с. 4-6], [5, с.8-13].

Тема 2. Становление арт-менеджмента за рубежом.

1. Особенности становления арт-индустрии за рубежом.
2. Развитие художественно-эстетической деятельности в пост-культуре.
3. Массовое искусство и массовая культура.
4. Основные направления развития арт-менеджмента за рубежом.

Ключевые понятия и термины: арт-рынок, арт-индустрия, художественно-эстетическая деятельность, пост-культура, массовое искусство, массовая культура.

Key concepts and terms: art market, art industry, artistic and aesthetic activities, post-culture, mass art, mass culture.

Выполнить:

1. Подготовить тезисно ответы на вопросы практического занятия.
2. Повторить лекционный материал.
3. Discussion: Art industry in post-culture conditions

Литература: [1, с. 6-20], [2, с. 19-34], [3, с.18-35], [5].

Тема 3. Российский арт-менеджмент в системе мировой арт-индустрии.

1. Зарождение арт-менеджмента в России.
2. Политика России в сфере культуры.
3. Особенности формирования культурной политики в XXI веке.
4. В чем заключается сходство и различие арт-индустрии в России и Европе?
5. Каковы тенденции существования поп-индустрии в России на ближайшее время?
6. Становление арт-индустрии Луганщины.

Ключевые понятия и термины: искусство скоморохов, народная культура, импресарио, культурная политика, поп-индустрия.

Key concepts and terms: art of buffoons, folk culture, impresario, cultural policy, pop industry.

Выполнить:

1. Дайте ответы на поставленные вопросы.
2. Read the text and answer the question.

Литература: [1, с.6-20], [2, с. 144-157], [3, с. 18-35], [6, с.17-42], [9, с. 278-280].

Тема 4. Музыкальный шоу-бизнес - часть арт-индустрии.

1. Истоки музыкального шоу-бизнеса.
2. Становление музыкально-издательской деятельности.
3. Концертная деятельность.
4. Музыкальная индустрия на современном этапе.

Ключевые понятия и термины: музыкально-издательская деятельность, концертная деятельность, музыкальная индустрия, шоу-бизнес, эстрада.

Key concepts and terms: music publishing, concerts, music industry, show business, stage.

Выполнить:

1. Подготовить доклады на вопросы практического занятия (по выбору студента).
2. Повторить материал лекции.
3. Analyze the music video of the performer (at the student's choice) according to the following criteria:
 - idea (plot, banality, high art);
 - direction (embodiment of an idea, thoughtfulness, laconicism);
 - camera work (picture dynamics, rhythm, work with focus);
 - editing (special effects, rhythm consistency);
 - acting (emotionality of the performer, correspondence of verbal and non-verbal elements, quality of performance).

Литература: [1, с. 76-96], [2, с. 84-89], [4, с. 7-25, 36-42], [5, с. 20-30].

Тема 5-6. Арт-менеджмент в сфере зрелищных видов искусства

1. Функции управления.
2. Методы управления театральными организациями.
3. Антреприза как формат предпринимательской деятельности в сфере театрального искусства.
4. Задачи арт-менеджмента в театрально-зрелищных предприятиях.

5. Основные направления театрального арт-менеджмента.
6. Приоритетные задачи учреждений культуры.
7. Теории и технологии культурно-досуговой деятельности, продюсирования и постановки шоу-программ.
8. Авторские права на постановку спектакля.
9. Основные трудности профессии театрального менеджера.

Ключевые понятия и термины: управление, театральная организация, антреприза, театрально-зрелищные предприятия, учреждения культуры, творческо-производственная деятельность, шоу-программа, авторское право, интеллектуальная собственность.

Key concepts and terms: management, theater organization, entreprise, theater and entertainment enterprises, cultural institutions, creative and production activities, show program, copyright, intellectual property.

Выполнить:

1. Повторить материал лекции.
2. Подготовить устный доклад по вопросам практического занятия) по выбору студента).
3. Прочитать и законспектировать статью Пархомовской Н. Лаборатория сайт-специфик: знай свое место (Электронный журнал «Театр». – 2019. - №39. – Режим доступа: <http://oteatre.info/laboratorii-sajt-spetsifik-znaj-svoe-mesto/>) и ответить на вопросы:
4. Discussion:
 1. Why was the laboratory theater format popularized in Russia?
 2. What is the specificity of the laboratory theater?
 3. How are performance and laboratory format interrelated?
 5. To pick up on the Internet high-profile cases of copyright infringement in the field of theatrical art, which were reflected in the media. To arrange the work in the form of a thesis statement.

Литература: [1, с. 33-48], [2, с. 84-89], [5, с. 20-30], [6, с. 143-173], [8].

Тема 7. Арт-менеджмент в сфере народной художественной культуры

1. Понятие этнокультурной деятельности.
2. Арт-менеджмент в структуре этнокультурной деятельности.
3. Фестивальный менеджмент.

Ключевые понятия и термины: этнокультурная деятельность, менеджмент этнокультурной деятельности, фестивальный менеджмент, фестиваль, шоу-программа.

Key concepts and terms: ethno-cultural activities, management of ethno-cultural activities, festival management, festival, show program.

Выполнить:

1. Повторить материал лекции.
2. Подготовить устный доклад по вопросам практического занятия.
3. Подобрать из сети интернет информацию о международном фестивале и дать его краткую характеристику. Выполнение задания предполагает подготовку презентации и доклада.

Литература: [1, с. 49-75], [2, с.84-89], [7, с. 129-140], [8, с. 53-109].

Тема 8. Арт-менеджмент как вид проектной деятельности

1. Понятие проектного менеджмента.

2. Промоутерская деятельность арт-менеджера.
3. Этапы продвижения арт-продукта на рынок.
4. Основные функции промоутерской деятельности.
5. Основные тренды лейблов в шоу-бизнесе.

Ключевые понятия и термины: проект, проектный менеджмент, промоутерская деятельность, инструменты промоушена, арт-продукт.

Key concepts and terms: project, project management, promotional activities, promotion tools, art product.

Выполнить:

1. Повторить материал лекции.
2. Подготовить устный доклад по вопросам практического занятия.
3. Сделать подборку наиболее удачных арт-проектов (2-3 проекта) в индустрии развлекательно-зрелищных мероприятий и презентовать их на занятии.

Литература: [1, с. 21-32], [3, с.11-17], [4, с. 61-70], [6, с. 487-490], [8, с. 300-309].

Тема 9. Нормативно-правовые основы арт-менеджмента.

1. Охрана интеллектуальной собственности в сфере арт-менеджмента.
2. Основные понятия Закона «О культуре» ЛНР.
3. Понятие «авторское право» в Законе «Об авторских и смежных правах» ЛНР.
4. Соавторство.

Ключевые понятия и термины: интеллектуальная собственность, культура, культурный продукт, авторское право, смежное право, соавторство.

Key concepts and terms: intellectual property, culture, cultural product, copyright, related law, co-authorship.

Выполнить:

1. Повторить лекционный материал.
2. Подготовить ответы (устно) по вопросам практического занятия.
3. Подготовиться к контрольной работе по пройденному материалу.

Литература: [2, с. 157-170], [3, с. 55-60].

РАЗДЕЛ 2. ПРОЕКТНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Тема 10. Студия грамзаписи как звено музыкального шоу-бизнеса

1. Становление звукозаписывающей индустрии.
2. Звукозапись в условиях технологического переворота.
3. Организационно-правовые особенности западных рекорд-лейблов и их место в системе глобальной звукозаписи.
4. Правовые нюансы урегулирования звукозаписывающей сферы и стратегические перспективы.

Ключевые понятия и термины: студия, звукозапись, рекорд-лейбл, стратегия, тактика.

Key concepts and terms: studio, sound recording, record label, strategy, tactics.

Выполнить:

1. Повторить материал лекции.

2. Подготовить устный доклад по вопросам практического занятия.
3. Make a selection of the most successful record labels of the XX century.

Литература: [2].

Тема 11. Профессионализм и мастерство арт-менеджера

1. Виды деятельности арт-менеджера.
2. Профессиональные функции руководителя в сфере арт-индустрии.
3. Основные направления работы арт-менеджера в цифровом формате.
4. Аспекты деятельности арт-менеджера.

Ключевые понятия и термины: функции руководителя, арт-индустрия, арт-рынок, цифровое общество, арт-менеджмент.

Key concepts and terms: executive functions, art industry, art market, digital society, art management.

Выполнить:

1. Повторить материал лекции.
2. Подготовить устный доклад по вопросам практического занятия.
3. Discussion: «The relevance of the art manager profession in a digital society».

Литература: [3, с. 41-54], [5, с. 123-130], [7, с. 34-53].

Тема 12. Менеджмент гастрольной деятельности

1. Понятие гастрольной деятельности.
2. Культурная политика и гастрольная деятельность.
3. Менеджмент в деятельности детских концертных организаций.

Ключевые понятия и термины: гастрольная деятельность, социокультурная деятельность, социокультурная сегментация, культурная политика.

Key concepts and terms: touring activities, socio-cultural activities, socio-cultural segmentation, cultural policy.

Выполнить:

1. Повторить материал лекции.
 2. Подготовить устный доклад по вопросам практического занятия.
 3. To pick up examples of the most sensational tours of the stars of foreign show business.
- The task should be completed in the form of a report with a presentation.

Литература: [1, с. 76-101], [4, с. 48-60], [7, с. 63-68], [8, с. 53-105].

Тема 13. Виды и классификация ночных клубов

1. Особенности развития ночных клубов как специфической формы организации досуга.
2. Классификация клубов.
3. Феномен клуббинга в современной досуговой культуре.

Ключевые понятия и термины: проект, проектный менеджмент, промоутерская деятельность, инструменты промоушена, арт-продукт.

Key concepts and terms: project, project management, promotional activities, promotion tools, art product.

Выполнить:

1. Повторить материал лекции.
2. Подготовить устный доклад по вопросам практического занятия.
3. Prepare a report on the topic «The phenomenon of clubbing in British culture».

Литература: [1, с. 102-114], [9, с. 333-369].

Тема 14. Эстрадный имидж исполнителя

1. Понятие имиджа и его виды.
2. Сценический имидж эстрадных певцов.
3. Тенденции поп-арта и имидж исполнителя.

Ключевые понятия и термины: имидж, типы имиджа, сценический имидж, эстрада, шоу-бизнес, поп-арт, исполнитель, целевая аудитория.

Key concepts and terms: image, types of image, stage image, stage, show business, pop art, performer, target audience.

Выполнить:

1. Повторить материал лекции.
2. Подготовить устный доклад по вопросам практического занятия.
3. To characterize the image of the performer (at the choice of the student). The task is presented in the form of a message and presentation.
4. Проанализировать имидж художника (по выбору студента).

Схема анализа:

1. Определить зеркальный имидж.
 2. Определить желаемый имидж.
 3. Исследовать социально-психологические особенности личности.
 4. Выявить стиль творчества базисного имидж-субъекта.
 5. Выявить степень авторитета художника в культурном пространстве (узнаваемость среди массовой аудитории, насколько часто появляется информация о художнике в СМИ).
 6. Обобщить достоинства и недостатки в имиджируемом субъекте.
 7. Разработать рекомендации по коррекции имиджа.
- Отчет по результатам выполнения задания должен быть представлен в печатной или письменной форме.

Литература: [4, с. 48-70, 112-137], [7, с. 63-68, 154-163].

Тема 15. Бизнес-планирование творческого проекта

1. Планирование в учреждениях культуры и его основные виды.
2. Структура бизнес-плана для творческого коллектива.
3. Бизнес-план для творческой мастерской: особенности и структура.

Ключевые понятия и термины: планирование, оценка, контроль, бизнес-план, бизнес-среда, бизнес-планирование.

Key concepts and terms: planning, evaluation, control, business plan, business environment, business planning.

Выполнить:

1. Повторить материал лекции.
2. Подготовить устный доклад по вопросам практического занятия.
3. Подготовиться к контрольной работе по пройденному материалу.

Литература: [4, с. 112-137], [5, с. 61-90], [7, с. 54-62].

РАЗДЕЛ 3. ТЕХНОЛОГИИ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТА

IV КУРС

Тема 16-17. Реклама в сфере арт-менеджмента

1. Рекламные технологии в структуре арт-менеджмента.
2. Арт-стратегии как элемент городского развития.
3. Технологии продвижения арт-продукта.
4. Типы рекламных стратегий.
5. Рациональные стратегии.
6. Эмоциональные стратегии.

Ключевые понятия и термины: реклама, рекламные технологии, арт-стратегия, промоушн, социокультурная деятельность, управление.

Key concepts and terms: advertising, advertising technologies, art strategy, promotion, socio-cultural activities, management.

Выполнить:

1. Повторить материал лекции.
2. Подготовить устный доклад по вопросам практического занятия.
3. Подготовить доклад и презентацию на одну из представленных тем: «Понятие рекламы», «Реклама в Античность и Средневековье», «Реклама в эпоху Возрождения и Просвещения», «Современная реклама», «Рекламные технологии в структуре арт-менеджмента», «Технологии продвижения арт-продукта», «Арт-стратегии как элемент городского развития».
4. Predict the role of advertising in the future of humanity (max 10 sentences).

Литература: [1, с. 117-130], [6, с. 504-518], [8, с. 209-230].

Тема 18. Инновационные технологии в сфере арт-индустрии

1. Инновационные стратегические проекты в арт-бизнесе.
2. Особенности организации коммуникативного информационного пространства сферы искусства.
3. Технологии привлечения внебюджетных источников финансирования.

Ключевые понятия и термины: инновации, традиции, информационное общество, источники финансирования, внебюджетные источники финансирования, некоммерческие организации, спонсоринг.

Key concepts and terms: innovations, traditions, information society, sources of financing, extra-budgetary sources of financing, non-profit organizations, sponsorship.

Выполнить:

1. План-коспект лекции.
2. Подготовить устный доклад по вопросам практического занятия.
3. Find information on the Internet about innovative technologies and their application in the art market. The task should be submitted in the form of a message.

Литература: [5, с. 285-355], [6, с. 491-504], [8, с. 258-261], [9, с. 523-538].

Тема 19-21. Тенденции развития арт-индустрии.

1. Модели рынка в художественной сфере.
2. Характеристика бизнес-среды.
3. Альтернативные пути развития арт-рынка (на примере Норвегии).
4. Социально-культурная сегментация.
5. Функции сегментации.
6. Условия сегментации.
7. Структура современного арт-рынка.
8. Особенности формирования культурной политики на современном этапе.
9. Арт-рынок «по-британски».
10. Культурная политика ЕС.
11. Культурная политики США и Канады.
12. Бразильская модель.
13. Культурная политика России.
14. Способ прогнозирования кризисных ситуаций.
15. Творческое предпринимательство в контексте формирования креативной экономики и региональной политики в сфере культуры.
16. Риск-менеджмент в современном арт-бизнесе.

Ключевые понятия и термины: модели рынка, творческое предпринимательство, региональная политика в сфере культуры, культурная политика, креативные индустрии, сегментация рынка, риск-менеджмент.

Key concepts and terms: market models, creative entrepreneurship, regional policy in the field of culture, cultural policy, creative industries, market segmentation, risk management.

Выполнить:

1. Повторить материал лекции.
2. Подготовить устный доклад по вопросам практического занятия.
3. Prepare a report on the cultural policy of the countries of the languages studied.
4. Discussion: «Art as art practice».
5. Write an essay: «Sensation and commercialization of art as a trend of the modern art industry».
6. What image roles or «masks» of Russian cultural figures can you single out? Do they have characteristic language / speech signs?
7. Think over the project of advertising a new musical composition for women in the USA, Malaysia, Kenya, Japan, using the scheme of H. Lasswell. Will the commercials be the same for all these countries? Why?

Литература: [2, с. 170-185], [6, с. 130-142], [7, с. 79-98], [8, с. 300-309].

Тема 22. Кадровый ресурс арт-менеджера

1. Понятие кадров в культуре.
2. Человеческие ресурсы в культуре.
3. Творческий ресурс.
4. Практика ресурсного менеджмента.
5. Типы лидерства и стили руководства.

Ключевые понятия и термины: человеческие ресурсы, творческие ресурсы, кадровые ресурсы, лидер, лидеры мнения, общественное мнение, харизма, топ-менеджер.

Key concepts and terms: human resources, creative resources, human resources, leader, opinion leaders, public opinion, charisma, top manager.

Выполнить:

1. Повторить материал лекции.
2. Подготовить устный доклад по вопросам практического занятия.
3. Prepare a report: «Creative potential of culture of Lugansk region».

Литература: [1, с. 131-138], [5, с. 17-20], [6, с. 368-403], [7, с. 73-78], [9, с. 333-370].

Тема 23. Механизмы управления организации в сфере культуры и искусств

1. Основы управленческой деятельности.
2. Основные составляющие организации.
3. Структурирование деятельности.
4. Функции управления.
5. Организационные отношения.

Ключевые понятия и термины: управленческая деятельность, организация, функции управления, организационные отношения, системный подход, принципы, контроллинг.

Key concepts and terms: management activity, organization, management functions, organizational relations, a systematic approach, principles, controlling.

Выполнить:

1. План-конспект лекции.
2. Подготовить устный доклад по вопросам практического занятия.
3. Report: «The study of the value orientations of members of a particular labor collective is an important factor in the management of the organization».

Литература: [2, с. 50-75], [5, с. 91-121], [8, с. 300-309], [9, с. 305-358].

Тема 24. Технологический арт-менеджмент

1. Специфика технологий арт-менеджмента.
2. Творческие проекты как новые формы деятельности.
3. Управление проектами.
4. Технологии проектирования.

Ключевые понятия и термины: технология, технологизация, технологический менеджмент, инновационный менеджмент, инвестиционный анализ, проект, программа.

Key concepts and terms: technology, technologization, technology management, innovation management, investment analysis, project, program.

Выполнить:

1. Повторить материал лекции.
2. Подготовить устный доклад по вопросам практического занятия.
3. Prepare a presentation of creative projects in the art industry of the XXI century.

Литература: [2, с. 89-116], [5, с. 130-192], [6, с. 404-470], [9, с. 416-444].

Тема 25. Технологии организации шоу-программ

1. Специфика жанра ток-шоу.
2. Эволюция требований к продюсеру шоу-программ.
3. Организация ток-шоу на радио.
4. Организация шоу-программ для молодежи.
5. Интерактивные рекламные технологии в шоу-бизнесе.
6. Менеджмент шоу-программ как основа духовного развития.

Ключевые понятия и термины: планирование, оценка, контроль, бизнес-план, бизнес-среда, бизнес-планирование.

Key concepts and terms: planning, evaluation, control, business plan, business environment, business planning.

Выполнить:

1. Повторить материал лекции.
2. Подготовить устный доклад по вопросам практического занятия.
3. Подготовиться к контрольной работе по пройденному материалу.

Литература: [5, с. 10-192], [7, с. 163-179], [8, с. 109-120].

7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольная работа выполняется студентами **заочной формы обучения**.

Требования к выполнению контрольной работы:

Работа делается в тетради на 18 листов или на 10-15 листах формата А-4.

Для выполнения задания необходимо изучить литературу по теме и оформить ее в соответствии с планом. Изложение должно отличаться композиционной четкостью, логичностью, грамотностью.

III КУРС

Вариант 1.

1. Социально-культурная сегментация (VALS, Europanel-GFK).
2. Особенности арт-менеджмента Луганщины.
3. Развитие художественно-эстетической деятельности в современном мегаполисе.
4. Define concepts: target setting and planning, management activity system.

Вариант 2.

1. Качества арт-менеджера (художественный аспект, организационный, маркетинговый и финансовый).
2. Особенности формирования культурной политики в XXI веке
3. Особенности становления арт-индустрии за рубежом.
4. Define concepts: management object, personnel management and personnel policy.

Вариант 3.

1. Технологии продвижения арт-продукта.
2. Rational type strategies.
3. Особенности организации коммуникативного информационного пространства сферы искусства.
4. Define concepts: an innovation in the art business, the imitation strategy, strategic design.

Вариант 4.

1. Арт-стратегии как элемент городского развития.
2. Emotional type strategies.
3. Инновационные стратегические проекты в арт-бизнесе.
4. Define concepts: an innovative project, the defensive strategy, the absorbing strategy.

Вариант 5.

1. Массовое искусство и массовая культура.
2. Особенности формирования культурной политики в XXI веке.
3. Концертная деятельность.
4. Define concepts: art market, art industry, artistic and aesthetic activities, management.

Вариант 6.

1. Методы управления театральными организациями.
2. Арт-менеджмент в структуре этнокультурной деятельности.
3. Этапы продвижения арт-продукта на рынок.
4. Define concepts: project, project management, promotional activities.

Вариант 7.

1. Промоутерская деятельность арт-менеджера.
2. Понятие «авторское право» в Законе «Об авторских и смежных правах» ЛНР.
3. Звукозапись в условиях технологического переворота.
4. Define concepts: intellectual property, culture, cultural product.

IV КУРС***Вариант 1.***

1. Профессиональные функции руководителя в сфере арт-индустрии.
2. Культурная политика и гастрольная деятельность.
3. Классификация клубов.
4. Define concepts: art industry, art market, digital society.

Вариант 2.

1. Феномен клуббинга в современной досуговой культуре.
2. Сценический имидж эстрадных певцов.
3. Структура бизнес-плана для творческого коллектива.
4. Define concepts: image, types of image, stage image.

Вариант 3.

1. Арт-стратегии как элемент городского развития.
2. Эмоциональные стратегии.
3. Инновационные стратегические проекты в арт-бизнесе.
4. Define concepts: advertising, advertising technologies, art strategy.

Вариант 4.

1. Технологии привлечения внебюджетных источников финансирования.
2. Альтернативные пути развития арт-рынка (на примере Норвегии).
3. Планирование в учреждениях культуры и его основные виды.
4. Define concepts: planning, control, business plan.

Вариант 5.

1. Структура современного арт-рынка.
2. Культурная политики США и Канады.
3. Практика ресурсного менеджмента.
4. Define concepts: human resources, creative resources, market models.

7.2. ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ**IV КУРС**

1. Культурно-досуговая деятельность и организация культурно-досуговых мероприятий.
2. Информационное обеспечение управления проектами в арт-сфере.
3. Некоммерческие выставки в арт-менеджменте.
4. Организация и современные технологии проведения культурных мероприятий.
5. Организация волонтерского движения как способ развития творческих способностей молодежи.
6. Специфика организации досуга студентов арт-специальностей.
7. Корпоративная культура в системе управления учреждением культуры.
8. Эффективное управление учреждениями культуры в кризисных ситуациях.
9. Сегментация рынка культурного досуга молодежи.
10. Культурные индустрии в контексте массовой культуры.
11. Методы коммуникации в учреждениях культуры и искусства.
12. Специфика культурных терминов и ее репрезентация в переводе.
13. Технологии проектирования в организации дистанционной школы обучения иностранным языкам.
15. PR-коммуникация в арт-бизнесе.
16. Арт-индустрия как продукт рыночных отношений.
17. Роль перевода музыкальной терминологии в продвижении музыкальных шоу.
18. Лидерство и арт-менеджмент.
19. Управление имиджем организации в сфере культуры и искусств.
20. Подходы к организации и управлению переводческим проектом.
21. Экспорт культуры – бизнес третьего тысячелетия.
22. Арт-кластеры в системе управления культурным пространством городов.
23. Арт-менеджмент в контексте индустрии досуга.
24. Управление групповой динамикой в творческом коллективе.
25. Проектная деятельность в области межкультурной коммуникации.

7.4 ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

IV КУРС

1. Арт-менеджмент и арт-индустрия.
2. Арт-менеджмент как система управления в сфере культуры.
3. Сущность социокультурной деятельности.
4. Развитие художественно-эстетической деятельности в пост-культуре.
5. Массовое искусство и массовая культура.
6. Основные направления развития арт-менеджмента за рубежом.
7. Зарождение арт-менеджмента в России.
8. Становление музыкально-издательской деятельности.
9. Концертная деятельность.
10. Организационно-правовые особенности западных рекорд-лейблов.
11. Event-технологии и event-индустрия.
12. Задачи и функции промоутерской деятельности в арт-менеджменте.
13. Проектный менеджмент: сущность, функции и задачи.
14. Антреприза как формат предпринимательской деятельности в сфере театрального искусства.
15. Технологии культурно-досуговой деятельности, продюсирования и постановки шоу-программ.
16. Методы управления театральными организациями.
17. Основные направления театрального арт-менеджмента.
18. Авторские права на постановку спектакля.
19. Охрана интеллектуальной собственности в сфере арт-менеджмента.
20. Промоутерская деятельность арт-менеджера.
21. Этапы продвижения арт-продукта на рынок.
22. Промоушн в структуре этнокультурной деятельности.
23. Бизнес-план для творческой мастерской: особенности и структура.
24. Планирование в учреждениях культуры и его основные виды.
25. Становление звукозаписывающей индустрии.
26. Правовые нюансы урегулирования звукозаписывающей сферы и стратегические перспективы.
27. Сценический имидж эстрадных певцов.
28. Тенденции поп-арта.
29. Особенности развития ночных клубов как специфической формы организации досуга.
30. Классификация клубов.
31. Феномен клуббинга в современной досуговой культуре.
32. Организация ток-шоу на радио.
33. Организация шоу-программ для молодежи.
34. Интерактивные рекламные технологии в шоу-бизнесе.
35. Менеджмент шоу-программ как основа духовного развития.
36. Культурная политика и гастрольная деятельность.
37. Менеджмент в деятельности детских концертных организаций.
38. Рекламные технологии в структуре арт-менеджмента.
39. Инновационные стратегические проекты в арт-бизнесе.

40. Технологии привлечения внебюджетных источников финансирования.
41. Способ прогнозирования кризисных ситуаций.
42. Творческое предпринимательство в контексте формирования креативной экономики и региональной политики в сфере культуры.
43. Риск-менеджмент в современном арт-бизнесе.
44. Творческий проект и циклы его функционирования.

8. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие методы образовательных технологий:

- методы ИТ – использование Internet-ресурсов для расширения информационного поля и получения информации, в том числе и профессиональной;
- междисциплинарное обучение – обучение с использованием знаний из различных областей (дисциплин) реализуемых в контексте конкретной задачи;
- проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний для решения конкретной поставленной задачи;
- обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента посредством ассоциации их собственного опыта с предметом изучения.

Изучение дисциплины «Арт-менеджмент» осуществляется студентами в ходе, участия в семинарских занятиях, а также посредством самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

В рамках лекционного курса материал излагается в соответствии с рабочей программой. При этом преподаватель подробно останавливается на концептуальных темах курса, а также темах, вызывающих у студентов затруднение при изучении. В ходе проведения лекции студенты конспектируют материал, излагаемый преподавателем.

В ходе проведения семинарских занятий студенты отвечают на вопросы, вынесенные в план семинарского занятия.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекционные занятия, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов, курсовая работа.

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка		Характеристика знания предмета и ответов
Отлично «5»	зачтено	<ul style="list-style-type: none"> – студент глубоко и прочно усвоил программный материал, умеет тесно увязывать теорию с практикой, использует в ответе материал монографической литературы; – изложение материала отличается последовательностью, логикой изложения, легко воспринимается аудиторией; – при ответе на вопросы студент демонстрирует глубину владения представленным языковым материалом; – ответы формулируются аргументированно, обосновывается собственная позиция в проблемных ситуациях; – студент демонстрирует зачетный уровень теоретической осведомленности по материалу лекций и семинаров и владеет соответствующим уровнем языковой подготовки в процессе сообщения страноведческой информации.
Хорошо «4»		<ul style="list-style-type: none"> – студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий; – правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
Удовлетворительно «3»		<ul style="list-style-type: none"> – студент имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки; – нарушения логической последовательности в изложении программного материала; – испытывает затруднения при выполнении практических работ.
Неудовлетворительно «2»	Не зачтено	<ul style="list-style-type: none"> – студент поверхностно передает содержание проблемы, не демонстрирует умение выделять главное, существенное; – изложение материала краткое, неглубокое, не демонстрирует зачетный уровень теоретической осведомленности по материалу лекций и семинаров и профессионального владения иностранным языком в процессе сообщения страноведческой информации.

10. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. [Аксютик Н. И., Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности в сфере искусства и культуры : учеб. пособ. — Минск : БГУКИ, 2008. — 147 с.](#)
2. [Командышко Е.Ф. Арт-менеджмент: специфика, проблемы, перспективы развития: монография / Е.Ф. Командышко. – М.: ИХО РАО, 2009. – 216 с.](#)
3. [Макаров Е.А. Теория и технологии арт-менеджмента \(часть 1\) : курс лекций. – Минск: Институт современных знаний имени А.М. Широкова., 2011.- 86 с.](#)
4. [Макаров Е.А. Арт-менеджмент в сфере музыкальной культуры: курс лекций. – Минск: Институт современных знаний имени А.М. Широкова, 2013. – 53 с.](#)
5. [Жаркова Л. С. Организация деятельности учреждений культуры : учебник / Л.С. Жаркова. — М. : МГУКИ, 2010. – 396 с.](#)
6. [Киселева Т. Г. Социально-культурная деятельность : учебник / Т. Г. Киселева, Ю.Д. Красильников. — М. : МГУКИ, 2004. – 539 с.](#)
7. [Переверзев, М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусства \[Текст\] : учеб. пособие / М.П. Переверзев, Т. В. Косцов. – Москва : Инфра-М, 2009. – 192 с.](#)
8. [Тульчинский Г. Л., Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина. — СПб. : Планета музыки, 2010. — 384 с.](#)
9. [Чижиков В. М. Теория и практика социокультурного менеджмента : учебник / В.М. Чижиков, В. В. Чижиков. — М. : МГУКИ, 2008. — 608 с.](#)

Дополнительная литература:

10. Попович Э.В. Специфика шоу-бизнеса в контексте российской эстрады / Э.В. Попович // Культура народов Причерноморья. – 2014. - №277. – С. 123-126

Интернет-источники:

11. Бергер Д. Искусство видеть / Д. Бергер. – Издательство «Клауберри», 2012 [Электронный документ] – Режим доступа: <https://e-libra.me/read/485865-iskusstvo-videt.html>
12. Бернская конвенция по охране литературных и художественных произведений (с изменениями на 28 сентября 1979 года) [Электронный документ] – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1900493>
13. Воллар А. Воспоминания торговцев картинами / А. Воллар, П. Дюран-Рюэль. – М.: Издательская группа «Азбука-Аттикус», 2018 [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://www.litmir.me/br/?b=610986&p=1>
14. Законопроект об авторском праве и смежных правах ЛНР от 11.09.2015 г. [Электронный документ] – Режим доступа: <https://www.nslnr.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/zakonoproekty/1836/>
15. Закон о культуре ЛНР от 08.11.2018 г. [Электронный документ] – Режим доступа: <https://www.nslnr.su/zakonodatelstvo/normativno-pravovaya-baza/1890/>
16. Коротаева А. Алгоритм управления имиджем в российском шоу-бизнесе [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.taby27.ru/studentam_aspirantam/diplomy-pr-2007-2011/korotaeva-a.html
17. Кошут Д. Искусство после философии / Дж. Кошут [Электронный документ] – Режим доступа: http://contemporary-artists.ru/art_after_philosophy.html
18. Международная конвенция об охране прав исполнителей, изготовителей фонограмм и вещательных организаций (Совершено в Риме 26 октября 1961 года) [Электронный документ] – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/58804834>

19. Официальный сайт Министерства культуры, спорта и молодежи ЛНР [Электронный документ] – Режим доступа: <https://mklnr.su/documents>

20. Электронная библиотека «Киберленинка» [Электронный документ]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/>

21. Электронный журнал «Театр» [Электронный документ] – Режим доступа: <http://oteatre.info/issues/>

11.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. При подготовке к занятиям по данной дисциплине используется аудиторный фонд (столы, стулья, доска).

При подготовке и проведении занятий используются дополнительные материалы. Предоставляется литература читального зала библиотеки ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. Матусовского». Студенты имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии.

В процессе преподавания дисциплины «Арт-менеджмент» используются информационные технологии.