

## **ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ (I семестр)**

1. Арт-менеджмент как вид профессиональной деятельности.
2. Содержание и структура арт-менеджмента.
3. Цели и приоритеты современного арт-менеджмента.
4. Понятие и сущность управления проектами.
5. Исторические аспекты и тенденции становления арт-индустрии за рубежом.
6. Специфика эволюции отечественной арт-сферы:
7. Характеристика современного этапа развития арт-менеджмента.
8. Концептуальные подходы в теории арт-менеджмента.
9. Современная парадигма теории арт-менеджмента.
10. Отличительные признаки арт-менеджмента.
11. Основные функции арт-менеджмента.
12. Понятие, сущность и принципы планирования.
13. Технология планирования арт-менеджмента.
14. Виды планов в арт-сфере.
15. Этапы и методы планирования.
16. Плановые показатели.
17. Основные функции и задачи арт-менеджера.
18. Специфика деятельности и специализация арт-менеджера.
19. Принципы работы арт-менеджера.
20. Профессиональные и личные качества арт-менеджера.

## **ВОПРОСЫ К ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОМУ ЗАЧЕТУ (II семестр)**

1. Роль и значение управления проектами в сфере арт-менеджмента.
2. Типы проектов в сфере культуры.
3. Характеристика инновационного проектирования в арт-сфере.
4. Подходы к оценке целесообразности управления проектами в арт-сфере.
5. Общие подходы к разработке арт-проекта.
6. Основные этапы проектирования.
7. Особенности проектных технологий в арт-сфере.
8. Оценка эффективности разработки проекта.
9. Управление содержанием проекта.
10. Управление продолжительностью выполнения работ.
11. Управление стоимостью проекта.
12. Управление качеством проекта.
13. Управление персоналом.
14. Управление материально-техническим обеспечением проекта.
15. Управление коммуникациями проекта.
16. Управление рисками проекта.
17. Основные источники финансирования в арт-индустрии.
18. Типы финансирования арт-индустрии.
19. Модели государственного финансирования арт-сферы.
20. Современные тенденции финансирования бюджетных учреждений культуры.
21. Сущность маркетинга в сфере арт-индустрии.
22. Содержание маркетинговой деятельности организаций сферы культуры.
23. Принципы маркетинга в сфере арт-индустрии.
24. Направления маркетинговой деятельности в сфере культуры.
25. Задачи маркетинга на современном этапе развития арт-индустрии.
26. Понятие и составные элементы бизнес-планирования.
27. Анализ рынка культурных услуг.
28. Определение и изучение потенциальных и реальных конкурентов.
29. Разработка стратегия ценообразования
30. Методы продвижения творческой продукции.