

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования города Москвы
«МОСКОВСКИЙ ГОРОДСКОЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

Институт дополнительного образования

СОГЛАСОВАНО

Председатель экспертного совета
по дополнительному образованию
ГБОУ ВО МГПУ

_____/_____
Протокол № _____ от _____

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор
ГБОУ ВО МГПУ

«_____» _____ 2015 г.

Дополнительная профессиональная программа
(повышения квалификации)

«Арт-менеджмент»

(36 ч.)

Автор курса:
О.И. Киселева, канд. пед. наук, доцент

Москва, 2015

Раздел 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Программа разработана в соответствии с профессиональным стандартом по направлению подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование», профиль – «Педагогика культуротворческого досуга».

1.1. Цель реализации программы

Совершенствование профессиональных компетенций педагогов в области формирования универсальных учебных действий (УУД) обучающихся.

Совершенствуемые компетенции

№	Компетенция	Направление подготовки 440401 Педагогическое образование Код компетенции
		Магистратура
1.	Способность изучать и формировать культурные потребности и повышать культурно-образовательный уровень различных групп населения.	ПК-17
2.	Готовность к использованию современных информационно-коммуникационных технологий и СМИ для решения культурно-просветительских задач	ПК-20

1.2. Планируемые результаты обучения

№	Знать	Направление подготовки 440401 Педагогическое образование Код компетенции
		Магистратура
1.	Знать методы изучения и формирования культурных потребностей и повышения культурно-образовательного уровня различных групп населения.	ПК-17
2.	Знать сущность и возможности современных информационно-коммуникационных технологий и СМИ для решения культурно-просветительских задач.	ПК-20

№	Уметь	Магистратура
1.	Уметь применять на практике методы изучения и формирования культурных потребностей и повышения культурно-образовательного уровня различных групп населения.	ПК-17
2.	Уметь применять на практике современные информационно-коммуникационные технологии и СМИ для решения культурно-просветительских задач.	ПК-20

Планируемые результаты обучения по дополнительной профессиональной программе соответствуют выполняемым трудовым действиям:

Обобщенные трудовые функции	Трудовые функции, реализуемые после обучения	Код	Трудовые действия
3.1. Преподавание по дополнительным общеобразовательным программам	Организация досуговой деятельности обучающихся	3.1.2	Организация подготовки досуговых мероприятий
3.2. Организационно-методическое обеспечение реализации дополнительных общеобразовательных программ	Организация и проведение исследований рынка услуг дополнительного образования детей и взрослых	3.2.1.	Формирование предложений по определению перечня, содержания программ дополнительного образования детей и взрослых, условий их реализации, продвижению услуг дополнительного образования организации на основе изучения рынка услуг дополнительного образования детей и взрослых

3.3. Организационно-педагогическое обеспечение реализации дополнительных общеобразовательных программ	Организация дополнительного образования детей и взрослых по одному или нескольким направлениям деятельности: техническому, художественному, физкультурно-спортивному, туристско-краеведческому и другим	3.3.3	Разработка предложений по развитию дополнительного образования (направлению дополнительного образования) в организации, осуществляющей образовательную деятельность, и представление их руководству организации
---	---	-------	---

1.3. Категория слушателей: Слушатели, имеющие среднее профессиональное образование и высшее образование; область профессиональной деятельности: образование.

1.4. Форма обучения: очно-заочная (с использованием ДОТ).

1.5. Режим занятий, срок освоения программы: 6 часов в день, 1 раз в неделю.

Срок освоения программы: 36 часов.

Раздел 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебный (тематический) план

№ п/п	Наименование разделов (модулей) и тем	Всего, час.	Виды учебных занятий, учебных работ		Формы контроля
			Лекции	Интерактивные занятия	
1	Тема 1. Теоретико-методологические основы арт-	2	2	-	
2	Тема 2. Сущность и основные понятия арт-менеджмента	2	2	-	
3	Тема 3. Функции арт-менеджмента. Виды деятельности арт-менеджмента.	4	4	-	

	Промежуточная аттестация				Анализ конспектов лекций
4	Тема 4. Концертно-зрелищная и развлекательная	4	2	4	Доклад, презентация, практическое задание
5	Тема 5. Музейный менеджмент и галерейное дело	4		4	Презентация, практическое задание
6	Тема 6. Менеджмент в шоу-бизнесе и музыкальный менеджмент.	4		4	Презентация, практическое задание
7	Тема 7. Театральный менеджмент	4		4	Презентация, практическое задание
8	Тема 8. Технология создания арт-проекта. Имидж в арт-	4	2	8	Доклад, презентация, практическое задание
	Итоговая аттестация				Зачет (защита проекта)
	ИТОГО	36	12	24	

2.2. Рабочая программа

№ п/п	Виды учебных занятий, учебных работ	Содержание
Раздел 1. Базовая часть		
Тема 1. Теоретико-методологические основы арт-менеджмента	<i>Вид учебного занятия, учебных работ</i>	
	Лекция, 2 часа	Функции, принципы и методы менеджмента. Общее и различие между менеджментом и управлением. Арт-менеджмент – это система управления творческим коллективом (или личностью), деятельность которого ориентирована на духовные потребности. Основные аспекты арт-менеджмента. Понятия «арт-менеджмент», «арт-индустрия». Нормативно-правовая база, информационное и ресурсное обеспечение сферы шоу-бизнеса, общедеревальные, региональные, муниципальные и учрежденческие модели.
Тема 2. Сущность и основные понятия арт-менеджмента	Лекция, 2 часа	Мировая арт-индустрия как система. Российский арт-менеджмент: становление и развитие. Особенности и характерные черты отечественной арт-индустрии, национальный компонент, ментальность. Исторические этапы становления арт-

		индустрии и арт-менеджмента за рубежом. Этапы развития арт-индустрии в России. «Политика», «философия», «миссия организации». Управление как особый вид деятельности. Основные структурные элементы управления: планирование, организация, мотивация, контроль. Менеджмент в сфере искусства как особая область знаний, помогающая осуществить функции руководства процессом создания художественных ценностей (материальных и духовных). Процесс управления организацией творческой деятельности. Ориентация на духовные потребности. Виды организаций: формальные и неформальные. Общая характеристика организации. Внутренняя и внешняя среда. Взаимосвязь организационных и экономических процессов. Планирование. Требования к организации. Организационная культура. Корпоративная культура творческого коллектива.
Тема 3. Функции и виды деятельности арт- менеджмента	Лекция, 4 часа	Диагностико-прогностическая функция. Аналитическая функция. Информационная функция. Коммуникативная функция. Художественная функция. Организационно-управленческая функция. Маркетинговая функция. Коммерческая и финансово-экономическая функция. Юридическо-правовая функция. Понятие и сущность творческо-производственной деятельности. Производственный арт-менеджмент. Внедрение и выполнение планов творческо-производственной деятельности театрально-зрелищных предприятий, взаимодействие административного и художественного руководства, основанного на разделении функций и полномочий. Организационная деятельность - разработка гастрольных туров, аренда помещений. Маркетинг - совокупность управленческих процедур по исследованию востребованности продуктов арт-индустрии, налаживанию общественных и деловых связей, сегментации рынка, организации рекламной кампании; проведению презентаций, использованию разработанных «легенд» и т.п. PR – совокупность процедур по формированию благоприятного общественного мнения, создание уникальной коммуникативной

		политики. Финансовая деятельность - составление бизнес-плана, определение сметы расходов, формирование бюджета, поиск спонсоров, фандрейзинг. Нормативно-правовая деятельность - изучение нормативно-правовых документов по созданию продукции арт-индустрии; документально-правовое оформление отношений автор - исполнитель - менеджер и т.п.
Раздел 2.Профильная часть (предметно-методическая)		
Тема 4. Концертно-зрелищная и развлекательная индустрия	<i>Вид учебного занятия, учебных работ</i>	
	Лекция, 2 часа. Практическое занятие, 4 часа	Характеристики досуговых услуг. Концерт как услуга. Особенность концертной деятельности: жанровое многообразие исполняемых произведений; количество участников и степень их популярности; вместимость и тип концертных площадок (зал филармонии, концертный зал, дом культуры, дворец спорта и др.). Филармонический концерт - концерт симфонического оркестра. Эстрадный концерт. Музыкально-литературные концерты, концерты-лекции. Театрализованные эстрадные представления. Сборные концерты. Технология организации концерта. Концерты коллективные эстрадно-народного плана, исполняющие развлекательный репертуар. Концерт артистов спортивно-цирковых или эстрадно-цирковых жанров. Организационные формы концертно-зрелищной деятельности: концерты на стадионах, выездные концерты, гастрольные концерты, паритетные концерты. Проект досуговой услуги развлекательной индустрии.
Тема 5. Музейный менеджмент и галерейное дело	Практическое занятие, 4 часа	Изобразительное искусство, производственная база и условия работы художника, скульптора, дизайнера, живописца, графика. Материальная стоимость произведений изобразительного искусства. Оплата труда художника. Музейные и частные коллекции. Эволюция оценки и ценности в процессе художественной жизни. Современное галерейное дело. Биенале в практике современного художественного рынка. Музей и его значение в современной художественной культуре. Выставочная

		деятельность музея. Производство и продажа сувенирной продукции: буклетов, альбомов, предметов быта с символикой и изображением экспонатов музея. Крупнейшие мировые музеи классического и современного искусства. Проект выставки.
Тема 6. Менеджмент в шоу-бизнесе и музыкальный менеджмент	Практическое занятие, 4 часа	Понятие «художественно-творческая продукция». Специфика аудитории (поклонники и фанаты). Деятельность продюсера по формированию имиджа группы и артиста. Роль средств массовой информации как средство рекламы «создание легенды артиста». Понятие «звезда». Фактор времени и поколения в шоу-бизнесе. Авторское право в шоу-бизнесе. Видеоклип как произведение искусства. Понятие сингла, альбома. Реклама и промоушен. Рейтинги и хит-парады. Полл. Хайпинг. Виды скрытой рекламы эстрадных исполнителей. Конкурсы и крупнейшие награды. Пиратство и его влияние на рынок. Пресса о шоу-бизнесе. Газетно-журнальные публикации, телевидение и радио о шоу-бизнесе. Виды музыкального творчества. Классическая музыка. Оперный театр. Филармоническая деятельность: клубы, шоу-программы, выездные образовательные циклы. Бюджетообразование в опере, оркестровом деле и камерной музыке. Звезды классического музыкального бизнеса. Тенденция развития классического музыкального бизнеса: спрос и предложение на музыкальном рынке. Инфраструктура музыкального бизнеса: репетиционная база, студии звукозаписи. Проблема интеллектуальной собственности в музыкальном бизнесе. Спонсирование в музыкальном классическом искусстве. Индустрия классической звукозаписи, крупнейшие фирмы. Концертно-фестивальный бизнес в классической музыке. Музыкальный проект.
Тема 7. Театральный менеджмент	Практическое занятие, 4 часа	Основные театральные профессии: драматург, режиссер, художник-постановщик, артист, реквизитор, гример, костюмер, зав.постановочной частью. Театр как производство, производственная база. Логистика в театрально-гастрольном бизнесе. Рынок труда в театральном деле. Управление персоналом в театре. Конкуренция в театральном искусстве.

		Театральные фестивали. Спектакль как продукт коллективного творчества. Проблема создания и развития театрального коллектива: идеология, художественное руководство, репертуар, стилистика и общение с залом. Реклама и маркетинг в театральном искусстве. Театральная критика и журналистика. Театральный проект.
--	--	--

Тема 8. Технология создания арт- проекта. Имидж в арт- менеджменте	Лекция, 2 часа. Практическое занятие, 8 часа	Поиск талантливых исполнителей, организация их творческой деятельности: подбор репертуара, поиск инвестора, создание сценического имиджа, планирование карьеры как ведущие задачи арт-менеджмента. Критерии отбора исполнителя. Значение индивидуальных психологических особенностей личности артиста-исполнителя и закономерностей развития современного эстрадного искусства как условие выхода на рынок культурных услуг и высокого художественного уровня продукции. Значение меценатства, спонсорства для окупаемости проекта. Тематический характер проекта, место проведения, частота проведения, объем финансирования, рыночная направленность проекта. Учредители проектов: государственные, общественные организации, международные и национальные ассоциации различных жанров музыкальной эстрады, коммерческие организации. Концептуальная направленность и замысел создателей. Циклы функционирования творческого проекта. Имидж как визитная карточка любого творческого коллектива или исполнителя. Внешние формы проявления имиджа. Принципы построения имиджа эстрадного исполнителя: ориентация на потребности зрительской аудитории, стертость лишней информации, фрагментарность, яркость вводимой информации и использование нетрадиционных коммуникаций, разнообразие символики. Технологии поиска эстрадного образа. Профессиональная деятельность имиджмейкеров. Дизайн. Реклама. Формы одежды. Создание притягательного образа. Основы личного обаяния. Завышенная и заниженная оценка. Эффект имиджа. Динамичность имиджа. Активность имиджа. Функциональность имиджа. Пластичность имиджа. Адресность, направленная на конкретную целевую группу.
---	--	--

Раздел 3. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

3.1. Виды аттестации и формы контроля

Вид аттестации	Форма контроля	Виды оценочных материалов
Текущая	Устный опрос	Доклады по темам.
	Практическая работа	Презентации по темам.
Итоговая аттестация	Зачет	Задание в тестовой форме или выполнение проектно-практического задания. Тест считается выполненным, если слушатели выполнили более 60% из предложенных заданий.

3.2. Контрольно-измерительные материалы

№	Предмет оценивания	Формы и методы оценивания	Характеристика оценочных материалов	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Вид аттестации
1	ПК-17 Способность изучать и формировать культурные потребности и повышать культурно-образовательный уровень различных групп населения.	Тестовый опрос или выполнение проектно-практического задания	Письменные ответы по основам организационно-творческой деятельности	Способность применять на практике методы изучения и формирования культурных потребностей и повышения культурно-образовательного уровня различных групп населения.	Ответ оценивается положительно, если при разработке и защите проекта: 1) был проведен анализ культурных потребностей населения; 2) внесены предложения по повышению культурно-образовательного уровня различных групп населения через подготовку организации досуговых мероприятий; 3) внесены предложения по развитию дополнительного образования.	Итоговая

2	ПК-20 Готовность к использованию современных информационно-коммуникационных технологий и СМИ для решения культурно-просветительских задач	Разработка мультимедиа презентации	Письменные ответы по основам организационно-творческой деятельности	Способность использовать возможности современных информационно-коммуникационных технологий и СМИ для решения культурно-просветительских задач	Ответ оценивается положительно, если при его подготовке использовались возможности современных информационно-коммуникативных технологий и СМИ	Промежуточная
---	--	------------------------------------	---	---	---	---------------

Раздел 4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

4.1. Учебно-методическое обеспечение и информационное обеспечение программы (литература)

Основная:

1. Артемьева Т. В., Тульчинский Г. Л. Фандрейзинг. Привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования. Учеб. пособие. — СПб., 2010.
2. Воротной М.В. Менеджмент музыкального искусства: Учебное пособие. – СПб.: Издательство «Лань»; Издательство «Планета музыки», 2013.
3. Грибкова Г.И. Технология проектирования в социально-культурной сфере // Вестник экономической интеграции. - 2014. № 3 (72).
4. Евланов В. Н., Новаторов Э. В., Тульчинский Г. Л., Шекова Е. Л. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. Практикум. — СПб.: Лань, Планета музыки, 2012.
5. Жаркова Л.С. Организация деятельности учреждений культуры: Учебник. – М.: МГУКИ, 2010.
6. Киселева О.И., Медведь Э.И. Фестивальное движение как сфера реализации культурной политики // Наука и технологии в современном мире. – 2015. №1(2).

7. Медведь Э.И. Социально-культурная самореализация молодежи в воспитательном пространстве столичного мегаполиса // Вестник экономического интегрирования . - 2014. №3(72)

8. Тросби Д. Экономика и культура. — М., 2013.

9. Тульчинский Г. Л., Герасимов С. В., Лохина Т. Е. Менеджмент специальных событий в сфере культуры: Учеб. пособие. — СПб.: Планета музыки, Лань, 2010.

10. Тульчинский Г. Л. PR в сфере культуры и образования. —СПб.: Планета музыки, Лань, 2011.

Дополнительная:

1. Воротной М. В. Из истории развития менеджмента музыкального искусства в России в середине XIX — начале XX века // Музыкальное образование в современном мире: диалог времен: Сб. статей по материалам IV Международной научно-практической конференции (2-3 декабря 2011 года) Ч. 2. // Сост. М. В. Воротной. — СПб., 2012.

2. Воротной М. В. Менеджмент в сфере музыкального классического искусства (К проблемам его осуществления в России на рубеже XX-XXI веков) // Музыкальная культура и образование: Межвуз. сб. научн.тр. / Сост. М. В. Воротной. — СПб., 2010.

3. Воротной М. В. Проблемы организации концертной деятельности в образовательном учреждении // Методологические проблемы современного музыкального образования: материалы международной научно-практической конференции 17 марта 2009 года. — СПб., 2009.

4. Галерейный бизнес. Российский и зарубежный опыт / под ред. В. Бабкова. – М.: АРТ-менеджер, 2008.

5. Герчикова И. Н. Менеджмент: Учебник для вузов. 4-е изд., перераб. и доп. — М., 2008.

6. Дагаева Е.А. Управление имиджем вуза //Управление персоналом. — 2005. №2.

7. Дафт Р. Л. Менеджмент: Учебник для вузов / Пер. с англ. С. Жильцов. 6-е изд. — СПб., 2007.
8. Дорский А. Ю. Эстетика власти. — СПб., 2013.
9. Евменов А.Д. Рационализация механизма управления сферой культуры / А. Д. Евменов, А. Ю. Смирнов. — СПб., 2006.
10. Жарков А. Д., Чижиков В. М. Культурно-досуговая деятельность: Учебник. М.: МГУКИ, 2008.
11. Жарков А.Д. Продюсирование и постановка шоу-программ. — М.: Издательский дом МГУКИ, 2009.
12. Командышко Е. Ф. Арт-менеджмент в вопросах и ответах. — М., 2010.
13. Командышко Е. Ф. Арт-менеджмент: специфика, проблемы, перспективы развития. Монография. — М., 2009.
14. Лурье А. С. Управление концертным делом. — М., 2008.
15. Музыкальное и театральное продюсирование. Российский и зарубежный опыт / Ред. Бабков В. — М., 2008.
16. Неусыпова Е. А. Формирование организационно-управленческой культуры в профессиональной подготовке музыканта как социально-педагогическая проблема // Музыкальное образование в современном мире: диалог времен: Сб. статей по материалам IV Международной научно-практической конференции (2-3 декабря 2011 года) 4.2.// Сост. М. В. Воротной. — СПб., 2012.
17. Неусыпова Е.А. Проблемы развития менеджмента в сфере музыкального искусства и образования // Музыкальная культура глазами молодых ученых: Сб. научн. тр. Вып. 7. / Ред.-сост. Н. И. Верба. — СПб., 2012.
18. Перверзев М.П., Косцов Т.В. Менеджмент в сфере культуры и искусства: Учеб. пособие. — М., 2009.
19. Персональный менеджмент: Учебник для вузов / Под ред. С. Д. Резника. — М., 2006.
20. Сметанина Н.А. К вопросу использования категорий менеджмента в музыкально-педагогической практике // Музыкальное образование в

современном мире: диалог времен. Материалы II международной научно-практической конференции (10-12 декабря 2009 года). Часть 1. — СПб., 2010.

21. Сметанина Н.А. Презентация как форма социального партнерства // Музыкальное образование в современном мире: диалог времен. Материалы IV международной научно-практической конференции (2-3 декабря 2011 года). Ч. 2. — СПб., 2012.

22. Соколов К. Долгосрочное планирование в сфере культуры. — М., 2007.

23. Тульчинский Г. Л., Шекова Е. Л. Маркетинг в сфере культуры: Учеб. пособие. — СПб.: Планета музыки, Лань, 2009.

24. Тульчинский Г. Л., Шекова Е. Л. Менеджмент в сфере культуры: Учеб. пособие. 4-е изд., испр. и доп. — СПб.: Лань, 2009.

25. Чижиков В.М., Чижиков В.В. Теория и практика социокультурного менеджмента: Учебник. М.: МГУКИ, 2008

26. Хальцбаур У., Йеттингер Э., Кнаусе Б. Ивент-менеджмент / Перев. с нем. Т. Фоминой. 2-е изд., доп. — М., 2007.

27. Шафф Т. и Д. Путеводитель по фандрайзингу. Рабочая модель по привлечению спонсоров. — М., 2006.

Электронные ресурсы:

1. <http://www.artmanager.ru/>
2. <http://www.cultmanager.ru/>
3. <http://www.museum.ru/>

Нормативные документы:

4.2. Материально-технические условия реализации программы

Для реализации программы необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

-оборудованные аудитории для проведения аудиторных занятий;

-мультимедийное оборудование (компьютер, интерактивная доска, мультимедиапроектор и пр.);

-система дистанционного обучения MOODLE;

-компьютерные презентации, учебно-методические и оценочные материалы.

4.3. Образовательные технологии, используемые в процессе реализации программы

Программа реализуется с использованием дистанционных образовательных технологий. Для каждой темы разработаны учебно-методические и оценочные материалы, размещенные в системе дистанционного обучения ГБОУ ВО МГПУ, которые позволяют слушателям самостоятельно осваивать содержание программы. Соотношение аудиторной и самостоятельной работы определяется перед реализацией программы для каждой группы слушателей отдельно.

В процессе реализации программы используются лекции с элементами обсуждения проблем, дискуссии, практические занятия (практикумы), технологии проблемно-ориентированного и проектно-ориентированного обучения.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры социально-культурной деятельности Института культуры и искусств МГПУ

Протокол №___ от «__»_____20__ г.

Зав. кафедрой _____/Медведь Э.И./