

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Институт технологии, экономики и сервиса
Кафедра философии и культурологии

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

_____ Ю. А. Жадаев

« 31 » мая 2019 г.

Основы современного арт-менеджмента

Программа учебной дисциплины

Направление 44.03.05 «Педагогическое образование (с двумя профилями
подготовки)»

Профили «Экономика», «Технология»

очная форма обучения

Волгоград
2019

Обсуждена на заседании кафедры философии и культурологии
« 17 » апреля 2019 г., протокол № 7

Заведующий кафедрой _____ Л.В. Щеглова « 17 » апреля 2019 г.
(подпись) (зав.кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета института технологии, экономики и
сервиса « 15 » мая 2019 г., протокол № 8

Председатель учёного совета А.В. Шохнех _____ « 15 » мая 2019 г.
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»
« 31 » мая 2019 г., протокол № 10

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____ (подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____ (подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____ (подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Разработчики:

Шипицин Антон Игоревич, кандидат философских наук, доцент кафедры философии и культурологии ФГБОУ ВО "ВГСПУ".

Программа дисциплины «Основы современного арт-менеджмента» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 44.03.05 «Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)» (утверждён приказом Министерства образования и науки РФ от 22 февраля 2018 г. N 125) и базовому учебному плану по направлению подготовки 44.03.05 «Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)» (профили «Экономика», «Технология»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 31 мая 2019 г., протокол № 10).

1. Цель освоения дисциплины

Освоение теоретических основ управления и руководства организациями и институтами мира искусства, ознакомление с особенностями работы коммерческих и некоммерческих организаций и отдельных агентов мира искусства (кураторов, художественных критиков), а также формирование практических навыков планирования, программирования и подготовки коммерческих и некоммерческих проектов в сфере искусства.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Основы современного арт-менеджмента» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Основы современного арт-менеджмента» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Графика», «Детали машин и основы конструирования», «ИКТ и медиаинформационная грамотность», «Институциональная экономика», «История», «История науки и техники», «История экономики и экономических учений», «Машиностроительное черчение», «Национальная экономика», «Основы делопроизводства», «Основы маркетинга», «Основы материаловедения», «Основы менеджмента», «Основы стандартизации, метрологии и сертификации», «Прикладная механика», «Техническая эстетика и дизайн», «Технологии нововведений», «Технологическое оборудование и бытовая техника», «Философия», «Экономика образования», «Экономическая теория», «Маркетинг образовательных услуг», «Налоги и налогообложение», «Налоговая политика государства», «Финансовая деятельность образовательных учреждений», «Экономика малых предприятий», «Экономика предприятий», прохождения практик «Учебная (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (технологическая))», «Учебная (практика по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)», «Учебная практика (технологическая)».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Конвергентные технологии в технологическом образовании», «Основы предпринимательской деятельности», «Технологии обработки конструкционных материалов», «Технологии современного производства», «Инновационный менеджмент», «Компьютерное проектирование в инженерной практике», «Маркетинг в предпринимательстве», «Организационная культура образовательного учреждения», «Патриотическое воспитание современных школьников», «Планирование и прогнозирование экономических показателей», «Психологические основы педагогической работы с детьми с трудностями обучения», «Стратегический менеджмент», «Технологические и транспортные машины», «Финансы и кредит», прохождения практик «Научно-исследовательская работа», «Научно-исследовательская работа (преддипломная)».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);

– способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- место «Основ современного арт-менеджмента» как теоретической и прикладной дисциплины в системе социокультурного менеджмента;
- сущность понятий «арт-менеджмента», «арт-индустрии», «арт-рынок»; принципы, функции и задачи арт-маркетинга;
- механизмы функционирования коммерческих организаций в сфере искусства и культуры, их маркетинговые тактики и стратегии, основы брендинга и продвижения художественного продукта;
- типологию галерей;
- специфику маркетинговых и рекламных стратегий и тактик в деятельности художественной галереи;
- отличия таких видов коллекционеров, как «коллекционер-инвестор», «коллекционер-куратор», «коллекционер-просветитель»;
- основы культурной экономики;
- формы взаимодействия финансово-экономической жизни общества и сферы искусства;
- основные направления работы музейного менеджера;
- сущность и механизмы музейного фандрайзинга и франчайзинга;
- функции и обязанности агентов мира искусства: кураторов, дилеров, арт-менеджеров и пр.;
- функции и структуру работы некоммерческих организаций в сфере искусства;
- место художественного критика в продвижении арт-брендов;

уметь

- применять теоретические навыки управления и организации работы художественных галерей, музеев, арт-ярмарок и прочих институтов мира искусства;
- оформлять грантовые заявки и работать с донорами и спонсорами;
- применять теоретические основы арт-менеджмента при разработке социально значимых инициатив и проектов в образовательной и культурно-просветительской деятельности;

владеть

- навыками арт-банкинга, консалтинга, оценки и экспертизы в области современного искусства;
- навыками кураторской работы;
- навыками фандрайзинга и социального проектирования;
- навыками художественной критики.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		7
Аудиторные занятия (всего)	30	30
В том числе:		
Лекции (Л)	10	10
Практические занятия (ПЗ)	20	20
Лабораторные работы (ЛР)	–	–
Самостоятельная работа	42	42

Контроль		–	–
Вид промежуточной аттестации			ЗЧ
Общая трудоемкость	часы	72	72
	зачётные единицы	2	2

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Предмет и задачи курса «Основы современного арт-менеджмента и арт-маркетинга»	<p>Арт-менеджмент как теоретическая и прикладная дисциплина, ее место в системе социокультурного менеджмента. Понятие «арт-менеджмента», «арт-индустрии», «арт-рынок». Дискуссии о содержании, предмете, целях и задачах дисциплины.</p> <p>Возникновение системы управления производственными процессами в искусстве.</p> <p>Возникновение и история арт-менеджмента как самостоятельной теоретической дисциплины: деятельность международной ассоциации менеджмента культуры и искусств (АИМАС), Международной конференции по искусству и менеджменту культуры, развитие учебных программ по арт-менеджменту. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности арт-менеджера. Институциональная теория искусства (А. Данто, Д. Дики). Агенты мира искусства. Коммерческие и некоммерческие организации. Понятие, принципы, функции и задачи арт-маркетинга. Брендинг и сторителлинг как основные маркетинговые стратегии современного искусства. Спекулятивность и непрозрачность арт-рынка.</p>
2	Менеджмент и маркетинговая политика аукционных домов	<p>Вторичный рынок произведений искусств. Понятие и история аукционного дела. Английский и голландский тип аукционов. История и политика брендовых аукционных домов (Кристис, Сотбис, Бонэмс, Филипс де Пюри). Вечерние и дневные торги. Структура продаж: комитент, консигнация, каталоги, эстимейт, резервная цена, провенанс, премия продавца, премия покупателя. Практика гарантированной цены, гарантия третьей стороны, безотзывные ставки. Постаукцион: «тихие торги». Маркетинговые и рекламные стратегии и тактики аукционных домов. Статистика крупнейших продаж. Российские федеральные и региональные аукционы.</p>
3	Управление и организация работы художественной галереи	<p>Первичный рынок произведений искусств: деятельность арт-дилеров и галерей. Типология галерей: брендовые, мейнстримовые, корпоративные объединения художников, «галереи тщеславия». Крупнейшие зарубежные галереи, специализация продаж. Крупнейшие арт-дилеры XX века: Д. Г. Дьювин, А. Воллар, Л. Каstellи, Д. Джоплин, Г.</p>

		<p>Блейн, М. Глимчен, Э. Байелер, Л. Гагосян. Особенности деятельности и функции арт-дилеров. Частные дилеры: агенты (брокеры) и художественные консультанты, частный консалтинг. Взаимоотношение арт-дилеров и художников: создание бренда, персональные выставки, стипендиальные программы. Продажи произведений искусства: эффект Веблена, система скидок, листы ожидания. Взаимоотношения дилеров и аукционных домов: столкновение интересов и перераспределение арт-рынка. Маркетинговые и рекламные стратегии и тактики в деятельности художественной галереи. Галереи в России. Российское законодательство, регламентирующее деятельность художественной галереи. Юридический статус галерей: юридическое лицо и индивидуальная предпринимательская деятельность. Особенности финансовой отчетности. Центр современного искусства «Винзавод»: крупнейшие российские галереи. Деятельность региональных художественных галерей. Корпоративные объединения художников – artist-run space. Artist-run space в России – культурный центр «АРТСтрелка». Artist-run space как агенты джентрификации.</p>
4	Арт-ярмарки в системе современной художественной индустрии	<p>Арт-ярмарки как важнейшие центры глобализации международного арт-рынка и центры сопротивления политике аукционных домов. Типология арт-ярмарок. Организаторы арт-ярмарки и отборочные комиссии: отбор галерей, отбор и проверка произведений. Покупка аренды. Мотивирующие факторы участия в арт-ярмарке. Ярмарки-спутники. Некоммерческие проекты арт-ярмарок. Арт-ярмарки как медийный повод, центры арт-шоппинга и культурного просвещения. Крупнейшие арт-ярмарки: Art Basel, Art Basel Miami Beach, TEFAF, Armory Show, FIAC, ARCO, Frieze, Арт-Кельн. Российские арт-ярмарки: «Арт-Москва», «Арт-Манеж».</p>
5	Коллекционеры как системообразующий сегмент арт-рынка	<p>Крупнейшие коллекционеры искусства: «коллекционер-инвестор», «коллекционер-куратор», «коллекционер-просветитель». Влияние коллекционеров на историю искусства: Ч.Саатчи и феномен «брит-арта». Частные музеи коллекционеров: Музей Гетти, Музей Фрика, Музей Брода, Музей современного искусства в Стамбуле, Музей Ф. Пино, PinchusArtCentre. Роль коллекционеров в ценообразовании на произведения искусства: «аукционные бумы». Частные художественные премии.</p>
6	Инвестиции в искусство	<p>Симбиоз арт-рынка и финансового капитала. Инвестиции в искусство: история феномена. Деятельность, специализация и оборот хедж-фондов. Арт-банкинг (финансово-консультационное сопровождение инвестиций). Функции и обязанности</p>

		менеджера арт-банкинга: консалтинг, оценка и экспертиза произведений искусства. Индексы инвестиционной привлекательности: All Art Index (индекс Мозеса-Мея), Art Market Research, Artprice. Общие инвестиционные тенденции. Риски арт-банкинга. Инвестиционные спекуляции и инвестирование в условиях финансового экономического кризиса.
7	Основы музейного менеджмента	Представление о некоммерческих организациях. Основные направления работы музейного менеджера: организация выставок, кураторская работа, покупка произведений искусства. Поиск и источники финансирования: донаторы как важный фактор развития музея, успешной организации его деятельности и пополнения музейной коллекции. Музейный фандрайзинг. Грантодающие фонды и премии. Коммерческая деятельность музея, продажа музейных фондов. Институт музейных попечителей. Взаимодействие музеев с коммерческими организациями и прочими агентами мира искусства: галереями, аукционными домами, коллекционерами, художниками. Музеи и современное искусство: влияние музеев на перераспределение рынка, ценовую политику и инвестиционную привлекательность. Государственные и частные музеи, музеи современного искусства: Тейт Модерн, Музей Людвига, Музей современного искусства в Барселоне, Музей современного искусства в Нью-Йорке, Музей Гетти, Музей современного искусства Уитни, Государственный музей современного искусства в Солониках, Пермский музей современного искусства, Музей Леопольда, Центр Ж. Помпиду. Музейный франчайзинг: феномен «макгулгенгеймизации». Музей современного искусства как важный фактор улучшения инфраструктуры города и туристической привлекательности. Музей в контексте феномена арт-туризма.
8	Организация некоммерческих фестивалей и выставок. Биеннале. Основы кураторской работы	Цели, задачи и формат некоммерческих выставок: биеннале, триеннале, пентаннале, деканнале. Биеннале – важная платформа теоретизирования и концептуализации современного искусства. Организация биеннале: кураторы, тема, концепция. «Биеннальный бум». Крупнейшие мировые фестивали: Венецианская биеннале, Стамбульская биеннале, Манифеста, Документа, конкурс скульптур в Мюнстере. Глобализация и национальный контекст: «глокальность» биеннале. Российский контекст: Московская биеннале современного искусства, региональные проекты: Южно-российская биеннале современного искусства. Функции и задачи куратора. Различия компетенций куратора и менеджера. Независимый статус куратора и выставочная

		<p>деятельность как авторская практика. Рождение кураторской практики: Харольд Зеeman и его выставочные инновации. Типология кураторства: 1. классические институциональные кураторы, 2. «перформативные кураторы» (А. Фаркуасон). В. Мизиано и Е. Дёготь: тенденции российского кураторства. Ж.-Ю. Мартен: проект глобализации искусства.</p>
9	Художественные премии и фонды. Фандрайзинг и основы социального проектирования	<p>Место художественных премий в современной арт-системе. Логика создания и функционирования художественных премий. Механизм работы художественных премий: организация, формирование членов жюри, определение номинантов.</p> <p>Государственные и частные премии: Премия Тёрнера, премия Дюшана, премия PinchucArtCentre, премия Hugo Boss Prize. Российские премии: премия Кандинского, премия Инновация. Роль премий в ценообразовании, брендинге и продвижении художников, провокативность художественных премий. Роль художественных фондов в реализации арт-проектов и помощи молодым художникам.</p> <p>Понятие социального проектирования, основные требования и технология разработки социального проекта. Грантодающие фонды и организации. Основные требования, правила и этапы оформления грантовой заявки. Содержание грантовой заявки: аннотация проекта, информация о деятельности некоммерческой организации, постановка проблемы, цели и задач проекта, формы, методы и механизмы реализации проекта, рабочий план-график реализации проекта (организационная структура, план конкретных действий), характеристика и способ оценки ожидаемых результатов, оценка рисков, устойчивость проекта, составление бюджетной сметы, планирование материально-технического обеспечения проекта.</p> <p>Анализ удачных социальных проектов. Отчеты по грантам перед фондом и перед налоговой инспекцией. Технология работы со спонсорами. Принципы составления спонсорского пакета. Разработка спонсорского пакета проекта. Спонсорские номинации. Модели спонсорства. Анализ потенциальных спонсоров. Методология составления писем и обращений к инвестору. Реализация проекта в условиях отсутствия гранта и спонсорств, основы фандрайзинга. Задачи фандрайзера. Агенты фандрайзинга: донор, фандрайзер, благополучатель. Источники финансирования (доноры). Виды фандрайзинга и фандрайзинговых мероприятий, базовые принципы фандрайзинга. Этапы проведения фандрайзинговой кампании. Оценка эффективности проведения фандрайзинговой кампании. Эндаумент.</p>
10	Арт-критика в структуре	Роль и компетенции художественного критика в

арт-менеджмента и арт-маркетинга	современной арт-системе. Специализация и дифференция художественной критики. Агенты художественной критики. Место критика в продвижении арт-бренда, взаимодействии критика и коллекционера, арт-дилера, аукционного дома. Крупнейшие художественно-критические издания. Арт-критика в российском контексте.
----------------------------------	---

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Предмет и задачи курса «Основы современного арт-менеджмента и арт-маркетинга»	2	3	–	3	8
2	Менеджмент и маркетинговая политика аукционных домов	–	3	–	3	6
3	Управление и организация работы художественной галереи	2	2	–	4	8
4	Арт-ярмарки в системе современной художественной индустрии	2	2	–	4	8
5	Коллекционеры как системообразующий сегмент арт-рынка	2	2	–	4	8
6	Инвестиции в искусство	–	2	–	4	6
7	Основы музейного менеджмента	2	–	–	4	6
8	Организация некоммерческих фестивалей и выставок. Биеннале. Основы кураторской работы	–	2	–	4	6
9	Художественные премии и фонды. Фандрайзинг и основы социального проектирования	–	2	–	6	8
10	Арт-критика в структуре арт-менеджмента и арт-маркетинга	–	2	–	6	8

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Рудич Л. И. Предпринимательская и инновационная деятельность в сфере культуры и искусства [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Рудич Л.И.— Электрон.текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2013.— 209 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22063>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

6.2. Дополнительная литература

1. Давыдова О.С. Человек в искусстве. Антропология визуальности [Электронный ресурс]/ Давыдова О.С.— Электрон.текстовые данные.— М.: Прогресс-Традиция, 2015.—

151 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/27913>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю..

2. Киселева О.И. Арт-менеджмент [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Киселева О.И.— Электрон.текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2015.— 70 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35191>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю..

3. Мировая художественная культура [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс для студентов/ — Электрон.текстовые данные.— Кемерово, 2012.— 59 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22028>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю..

4. Мухамедиева С.А. Экономика культуры [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс для студентов очной формы обучения по направлениям подготовки 071800 «Социально-культурная деятельность», / Мухамедиева С.А.— Электрон.текстовые данные.— Кемерово, 2013.— 84 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29727>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

7.Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Портал по арт-менеджменту и арт-маркетингу. Режим доступа: <http://www.artinvestment.ru>.

2. Электронный ресурс по фандрайзингу. Режим доступа: http://www.prpc.ru/met_nko/fandr_nko.shtml.

3. Электронная библиотечная система IPRbooks. URL: <http://iprbookshop.ru>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Офисный пакет (Microsoft Office или Open Office).

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Основы современного арт-менеджмента» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Аудитории для проведения лекционных и практических занятий, оснащенные стандартным набором учебной мебели, учебной доской и стационарным или переносным комплексом мультимедийного презентационного оборудования.

2. Аудитория для проведения самостоятельной работы студентов с доступом к сети Интернет.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Основы современного арт-менеджмента» относится к вариативной части блока дисциплин. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Основы современного арт-менеджмента» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.